

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA**

(studi kasus pada BMT Beringharjo Yogyakarta)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
GUNA MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

MUHAMMAD LINGGAR JATI

09390104

PEMBIMBING:

JOKO SETYONO, S.E., M.SI.

**PRODI KEUANGAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016

ABSTRAK

BMT merupakan lembaga keuangan yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan lembaga keuangan. Tidak hanya bersaing dengan sesama BMT, tetapi juga dengan lembaga keuangan mikro seperti bank umum syariah untuk usaha mikro dan BPRS yang sekarang mulai tumbuh di berbagai daerah. Dengan menanggapi situasi persaingan yang ketat, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh BMT adalah dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT. Menumbuhkan sikap loyalitas anggota pada era bisnis saat ini merupakan tuntutan yang segera harus dilakukan oleh BMT, karena dengan terpeliharanya loyalitas anggota maka keberadaan BMT akan tetap terjaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas anggota BMT Beringharjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota BMT Beringharjo. Adapun sampel penelitian merupakan 100 orang anggota BMT Beringharjo yang diambil dari jumlah keseluruhan populasi dengan menggunakan teknik *Random Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi *R square* menunjukkan angka 0,601. Hal ini berarti variabel dependen (loyalitas anggota) dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas produk) sebesar 60,1% dan sebesar 39,9% ($100\% - 60,1\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Berdasarkan hasil uji F secara simultan variabel independen (kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas produk) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas anggota). Secara parsial berdasarkan hasil uji t ke tiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Kata kunci: Loyalitas, kualitas layanan, citra perusahaan, kualitas produk.

ABSTRACT

BMT is a financial institution that cannot be separated from competition in financial institutions. Not just competing with fellow BMT, but also with microfinance institutions such as Islamic banks to micro and SRB are now starting to grow in many areas. By responding to a situation of intense competition, one of the efforts to be made by the BMT is to cultivate an attitude of loyalty to members of BMT. Cultivate an attitude of loyalty members in the era of business today is the immediate demands must be made by BMT, because by maintaining the loyalty of members of the existence of BMT will remain intact.

This study aims to determine whether there is influence of service quality, corporate image and quality of service to a loyal member BMT Beringharjo. The population in this study is all members of BMT Beringharjo. The sample was 100 members of BMT Beringharjo drawn from the total population using random sampling techniques. Analysis of the data used in this study was to test the validity and reliability, the classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F, as well as the coefficient of determination (R^2).

The results showed that the coefficient of determination R square shows the number 0.601. This means the dependent variable (loyalty member) influenced by independent variables (quality of service, corporate image and product quality) amounted to 60.1% and at 39.9% (100% - 60.1%) influenced by other variables. Based on the F test resultssimultaneously, independent variables (quality of service, corporate image and product quality) are significant have positive effect on the dependent variable (loyalty member). Partially, based on t test results, three variables have positive and significant effect on loyalty members.

Keywords: loyalty, quality of service, corporate image, quality of the product.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudara Muhammad Linggar Jati
Lamp : -
Kepada
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Linggar Jati
NIM : 09390104
Judul Skripsi : **"Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus pada BMT Beringharjo Yogyakarta)"**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Ramadhan 1437 H

22 Juni 2016 M

Pembimbing,

Joko Setiono, S.E. M.Si

NIP. 19730702 200212 1 003



SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-908/Un.02/DEB/PP.05.3/07/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada BMT Beringharjo Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad LinggarJati

NIM : 09390104

Telah dimunaqasyahkan pada : 21 Juli 2016

Nilai : B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Joko Setyono, S.E. M.Si

NIP.19730702 200212 1 003

Penguji I

Sunarsih, SE, Si

NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II

Dr. Ahmad Bunyan Wahib, M.Ag, MA

NIP. 19750326 199803 1 002

Yogyakarta, 26 Juli 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.,

NIP: 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Linggar Jati

NIM : 09390104

Jurusan/Prodi : Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada BMT Beringharjo)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau 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 dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 Ramadhan 1437 H

22 Juni 2016 M

Penyusun



Muhammad Linggar Jati

NIM. 09390104

MOTTO

**Berbuat Baik Dengan Ikhlas Tanpa Takut
Dan Ragu, Karena Sesungguhnya Kebaikan
Adalah Investasi Yang Tidak Pernah Rugi**



Halaman Persembahan

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk:

Bapak Dan Ibuku Tercinta

Kakak Dan Keponakanku Tersayang

Saudara-Saudaraku, Sahabat-Sahabatku Dan Teman-Teman Terkasih

Terimakasih Atas Do'a, Dukungan Dan Motivasi Tanpa Henti

Beserta Almamater UIN SUNAN KALIJAGA Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor : 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	Ś	es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	□	ha (dengan titik bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	Sad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	□	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ţ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	□	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas

غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	W
هـ	ha'	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
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>ikmah</i>
علة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karâmah al-auliyâ'</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>
ذَكَرَ	Kasrah	ditulis	<i>żukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yażhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>â</i>
جاهلية	ditulis	<i>jâhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>â</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansâ</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>î</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karîm</i>
4. Dhammah + wawu mati	ditulis	<i>û</i>
فُرُوض	ditulis	<i>furû</i> □

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قَوْل	ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>al-Qur'ân</i>
الْقِيَاسُ	ditulis	<i>al-Qiyâs</i>

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

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

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penyusunannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>żawî al-furû</i> □
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji bagi Allah, *Rabb* semesta alam yang telah memberikan rahmat, *barakah* dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini hingga akhir. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah untuk Nabi akhir zaman, Nabi yang memiliki akhlak paling sempurna, Nabi yang kelak kita harapkan *syafaat*-nya di *yaumul akhir*, Muhammad SAW.

Tujuan penulisan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada BMT Beringharjo)**” dengan tujuan sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis menemukan banyak kendala. Namun, berkat izin-Nya lah skripsi ini dapat selesai sesuai dengan harapan penulis.

Sepenuhnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ibnu Qizam, SE, M.Si., Ak., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. M.Yazid Affandi, M.Ag selaku kepala prodi Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, S.E. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan memotivasi penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Bapak M. Kurnia Rahman Abadi, SE., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan semangat dan membantu memecahkan permasalahan dalam pelajaran kuliah maupun saat proses pembuatan skripsi ini.
6. Para dosen Prodi Keuangan Islam ataupun Keuangan Syariah yang telah menjadi orang tua kedua kami di kampus. Terima kasih telah memberikan berjuta ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penyusun.
7. Kepada pihak BMT Beringharjo Yogyakarta, khususnya bapak Bey Arifin yang telah banyak membantu dalam proses penelitian.
8. Kedua Orang Tuaku tercinta, Bapak Sartono dan ibu Sarmiyati. yang telah mendidik dan mengajarkan berbagai ilmu dan pengalaman, dan yang tiada henti terus memberikan perhatian, motivasi serta doa yang tiada henti.

9. Kakakku Lia Oni Istisari dan keponakanku Nabigha Astagina Zia Falia yang telah member semangat selama ini.
10. Teman-teman selama kuliah di kampus tercinta UIN Sunan Kalijaga khususnya teman-teman KUI/KS angkatan 2009 yang lainnya, jaga terus kekerabatan kita.
11. Teman-temanku The Sawudtz terima kasih untuk persahabatan dan persaudaraan yang telah kalian berikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu, secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan nikmat atas bantuan yang selama ini diberikan kepada penyusun, Amin. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan kerendahan hati penyusun berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum. wr. wb

Yogyakarta, 17 Ramadhan 1437 H

22 Juni 2016 M

Muhammad Linggar Jati

09390104

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
a. Tujuan Penelitian.....	7
b. Kegunaan Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Telaah Pustaka.....	9
B. Teori Pemasaran dan Syariah Marketing.....	11

C. Perilaku Konsumen	16
D. Loyalitas Nasabah	19
E. Kualitas Layanan.....	22
F. Citra Perusahaan.....	23
G. Kualitas Produk	26
H. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
I. Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	35
B. Sifat Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	35
2. Sampel	36
D. Sumber Dan Jenis Data.....	37
E. Teknik Pengambilan Sampel	37
F. Definisi Operasional Variabel dan Alat Ukur Variabel	
1. Definisi Operasional Variabel.....	37
2. Alat Ukur Variabel	38
G. Instrumen Penelitian	39
H. Teknik Analisis Data	
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	
a. Uji validitas	39
b. Uji Reliabilitas	40
2. Uji Asumsi Klasik	41

a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinearitas	42
c. Uji Heteroskedastisitas	43
3. Analisis Regresi Linier Berganda	44
4. Uji Persamaan Regresi	44
a. Uji Koefisien Determinasi	44
b. Uji F	45
c. Uji t	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
1. Jenis Kelamin	46
2. Usia	47
3. Pendidikan	48
4. Penghasilan perbulan	49
5. Lama menjadi mitra BMT Beringharjo	49
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	52
C. Uji Asumsi Klasik	53
1. Uji normalitas	53
2. Uji Multikolinearitas	55
3. Uji Heteroskedastisitas.....	57
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
E. Uji Persamaan Regresi.....	60

1. Uji F	60
2. Uji Koefisien Determinasi	61
3. Uji t	62
F. Pembahasan Hipotesis	65
1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.....	65
2. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah	66
3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.....	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Perkembangan BMT Beringharjo.....	5
Table 3.1 Kisi-Kisi Kuisisioner	39
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	46
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Table 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	48
Table 4.4 Penghasilan Perbulan Responden	49
Table 4.5 Data Lama Bermitra	50
Table 4.6 Penghasilan Perbulan Responden	49
Table 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (Y)	51
Table 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas (X).....	51
Table 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas Dan Terikat	53
Table 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	54
Table 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Table 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Table 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Table 4.14 Hasil Uji F.....	60
Table 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Table 4.16 Uji Parsial (Uji T).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot).....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	55
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Terjemahan Al-Qur'an	I
Lampiran Kuisisioner Penelitian.....	II
Lampiran Data Mentah Jawaban Responden.....	IX
Lampiran Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas.....	XII
Lampiran Hasil Uji Uji Asumsi Klasik.....	XV
Lampiran Hasil Uji Uji Persamaan Regresi	XVII
Lampiran Hasil Uji Curriculum Vitae.....	XVIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Saat ini perkembangan koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) dalam bentuk Baitul Maal Waa Tamwil (BMT) di Indonesia sangat signifikan. Berkembangnya BMT di Indonesia, tidak terlepas dari perkembangan kinerja BMT secara nasional. BMT mempunyai peran sebagai salah satu kekuatan lembaga keuangan mikro yang mampu menggerakkan sektor riil di masyarakat. Keberadaan dari BMT di Indonesia, tumbuh seperti jamur di musim penghujan hal ini tidak lepas dari peran dari berbagai pihak, khususnya regulator, asosiasi, para pengelola, anggota dan masyarakat. Keberadaan BMT saat ini juga menjadi alternatif *financial inclusion* ketika masyarakat tidak mampu mengakses keuangan karena keterbatasan dan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi dalam sistem perbankan.

Kehadiran BMT di tengah-tengah masyarakat dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk menjadikan usahanya lebih berkembang. Pelaku usaha kecil dan menengah pada umumnya mengalami kesulitan dalam meningkatkan usaha yang dikelolanya. Pada kondisi ini salah satunya disebabkan keterbatasan modal dan juga kesulitan mengakses lembaga pembiayaan seperti perbankan umum yang cukup sulit untuk dijadikan tempat alternative untuk mendapatkan modal usaha. Fakta inilah yang menjadi motivasi bagi BMT untuk mengelola segmen pasar mikro.

Sebagai sebuah lembaga keuangan yang tengah berkembang, BMT tentunya tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Bukan hanya bersaing dengan sesama BMT, tetapi juga dengan lembaga keuangan mikro seperti bank umum syariah untuk usaha mikro dan BPRS yang sekarang sudah mulai tumbuh di berbagai daerah. Dengan menanggapi situasi persaingan yang ketat ini, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh BMT adalah dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT.

Menumbuhkan sikap loyalitas anggota pada era bisnis masa kini merupakan tuntutan yang harus segera dilakukan oleh BMT, karena dengan terpeliharanya loyalitas anggota maka keberadaan BMT tetap terjaga. Anggota yang loyal ini akan memanfaatkan ulang jasa BMT dan juga melakukan kegiatan *word of mouth* melalui memberikan rekomendasi orang-orang terdekat.

Anggota BMT loyal merupakan anggota terbaik yang dimiliki oleh suatu BMT. Tidak hanya mudah untuk dilayani, anggota yang loyal dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Menurut Dwi dan Febriana (2010), loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Loyalitas jangka pendek akan menguntungkan perusahaan dengan meningkatnya profit dalam penjualan. Dalam jangka panjang pelanggan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi dan bersedia merekomendasikan kepada pelanggan yang baru. Dengan mempertahankan anggota yang loyal dapat menghemat biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Seorang

pelanggan yang loyal menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada perusahaan (Darsono, 2004, p.34).

Alur tahapan pertama dalam menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT adalah dengan mengoptimalkan kualitas layanan. BMT sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para anggotanya. Makin baik layanan dari suatu lembaga keuangan, maka akan semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari anggota untuk menyimpan dana atau mengajukan pinjaman pada lembaga keuangan tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa persaingan yang terjadi tidak hanya didasarkan pada peningkatan kualitas dari suatu perbankan saja, akan tetapi saat ini lebih condong untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan terwujudnya loyalitas anggota sebagai syarat utama, baik itu anggota pinjaman maupun anggota simpanan.

Alur kedua yang diyakini mampu menciptakan loyalitas anggota adalah citra perusahaan. Sebuah citra dapat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, citra yang baik akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut karena semakin baik citra yang timbul dimata konsumen akan menjadi penggerak emosi konsumen dan membuat konsumen bahwa nilai yang mereka terima setara dengan biaya yang mereka keluarkan.

Selain dari faktor yang telah disebutkan di atas, faktor yang diyakini mampu menumbuhkan loyalitas anggota adalah kualitas produk dari perusahaan itu sendiri. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaing yang mampu menghasilkan produk yang sama, menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*customer oriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan akan kembali lagi.

Dengan demikian BMT harus memperbaiki kinerja dan kualitas layanan lebih profesional dan menawarkan produk yang lebih inovatif untuk anggotanya. Di tengah perkembangan industri BMT, masih perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai loyalitas anggota, kualitas layanan, produk dan citra perusahaan yang khas terdapat pada BMT dan objek penelitian ini adalah anggota BMT Beringharjo.

BMT Beringharjo merupakan salah satu lembaga jasa keuangan yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan penyedia modal usaha terutama pada wilayah pasar Beringharjo Yogyakarta sebagaimana lokasi penelitian ini. Dalam menanggapi situasi persaingan yang semakin ketat, salah satu upaya yang dilakukan BMT Beringharjo adalah menumbuhkan sikap loyal pada anggota kepada BMT Beringharjo. Membangun sikap loyal pada diri anggota dianggap sebagai solusi penting, karena dengan tumbuhnya sikap loyal di dalam diri anggota berarti anggota telah mampu bersikap konsisten untuk tetap percaya

terhadap kinerja yang diberikan pihak BMT Beringharjo terhadap anggota tersebut.

Berbicara tentang loyalitas, dapat dikatakan bahwa BMT Beringharjo telah memiliki mitra-mitra usaha di pasar Beringharjo yang senantiasa loyal dengan jasa keuangan yang diberikan oleh BMT Beringharjo. Meskipun telah banyak lembaga keuangan sejenis, bahkan lembaga keuangan perbankan umum yang diketahui memiliki kapasitas modal yang lebih besar, situasi tersebut tidak menyurutkan sikap kesetiaan anggota untuk tetap menggunakan jasa dari BMT Beringharjo. Perkembangan anggotanya cukup pesat dari tahun ke tahun dengan adanya perubahan kebijakan dari manajemen BMT Beringharjo itu sendiri.

Berikut ini disajikan data perkembangan anggota BMT Beringharjo periode 2011-2015.

Table 1.1
Data perkembangan BMT Beringharjo
Tahun 2012-2015

Tahun	2012	2013	2014	2015
anggota	108	348	487	4,645
Asset	735,635,839.00	81,154,958,490.00	98,667,854,884.00	110,322,493,995
karyawan	115	121	132	134
kancab	12	12	14	16

Berdasarkan pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2014 mengalami peningkatan yang sangat pesat dikarenakan adanya perubahan kebijakan manajemen yang menurunkan biaya simpanan pokok yang cukup signifikan dari Rp. 1.000.000,- menjadi hanya Rp. 25.000,-.

Dimana simpanan pokok menjadi salah satu syarat untuk menjadi anggota BMT Beringharjo. Dengan kebijakan tersebut maka bisa kemungkinan besar jumlah anggota BMT beringharjo akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Data terbaru perbulan Juni 2016 saja sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat menjadi 7.143 anggota.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang fenomena sikap loyal yang dimiliki oleh anggota BMT Beringharjo ditengah persaingan antar lembaga keuangan mikro hingga makro, serta lembaga keuangan yang berbasis syariah maupun konvensional. Peneliti menyadari bahwa loyalitas anggota yang telah dimiliki merupakan sikap dan perilaku yang harus terus diperhatikan, dijaga, serta dipertahankan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel-variabel yang sekiranya terkait sebagai aspek-aspek pembentuk sikap loyal, untuk kemudian dapat mengetahui aspek apa saja yang paling dominan agar nantinya dapat digunakan bagi BMT Beringharjo dalam mempertahankan sikap loyal yang terdapat dalam diri anggotanya.

Dengan demikian, adapun judul yang menjadi fokus penelitian yang diajukan yakni, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada Anggota BMT Beringharjo).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota,
2. Untuk menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota,
3. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota.

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Loyalitas Anggota.
2. Manfaat praktis, yaitu meningkatkan Loyalitas anggota dan juga sebagai bahan acuan penelitian dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang dominan dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota.
3. Manfaat bagi pihak BMT dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan kepada para anggota.

D. Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan Pendahuluan yang menjelaskan gambaran umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan dalam penelitian yang dilakukan.

Bab II berisi Landasan Teori yang memaparkan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini serta menjelaskan teori-teori yang mendasari penelitian ini, mencakup teori mengenai BMT, loyalitas nasabah, kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas produk.

Bab III berisi Jenis Penelitian, Sifat Penelitian, Populasi dan Sample, Sumber dan Jenis data, Teknik Pengumpulan Sampel, Definisi operasional dan pengukuran variabel serta Teknik analisis data.

Bab IV memuat pembahasan tentang penelitian yang akan dilaksanakan, penganalisisan data, serta intepretasi dari hasil penelitian yang dilakukan. Proses analisis data dilakukan sesuai dengan metode yang ada pada BAB III.

Bab V yaitu Penutup yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran-saran atas hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkaitan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis pada penelitian ini, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada BMT Beringharjo Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Beringharjo Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan jika kualitas layanan meningkat maka loyalitas pun akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota sehingga H_1 diterima.
 - b. Variabel citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Beringharjo Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan jika citra perusahaan meningkat maka loyalitas pun akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota sehingga H_2 diterima.

- c. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Beringharjo Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan jika kualitas produk meningkat maka loyalitas pun akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota sehingga H_3 diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat disampaikan beberapa saran yaitu:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian yang sama dengan penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa kualitas layanan, citra perusahaan dan kualitas produklah yang pada akhirnya melahirkan loyalitas. Namun bagi peneliti selanjutnya yang berkeinginan meneliti mengenai loyalitas di lembaga keuangan, sebagai bahan penelitian sebaiknya menambahkan jumlah variabel-variabel independen yang disinyalir mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas seperti lokasi, bagi hasil dan persepsi syariah, sehingga penelitian mengenai loyalitas lebih berkembang.

2. Bagi Lembaga Terkait

- Loyalitas pelanggan merupakan suatu sikap yang muncul dari dalam diri konsumen maupun pelanggan untuk tetap bertahan

menggunakan produk suatu perusahaan. Bagi BMT Beringharjo hal ini penting untuk dibangun guna mempertahankan dan meningkatkan segmen pasar dalam persaingan antar lembaga keuangan mikro yang semakin ketat. Terdapat banyak hal yang dapat dijadikan instrumen loyalitas anggota, diantaranya adalah kualitas layanan, citra perusahaan serta kualitas produk berdasarkan harapan anggota. Untuk melakukan hal ini, maka pada dasarnya karyawan merupakan barisan terdepan dalam perusahaan, oleh karena itu sumber daya manusia (SDM) yang baik sangat menentukan kemajuan suatu perusahaan.

- Loyalitas anggota sebagaimana tema dalam penelitian ini pada dasarnya merupakan sikap yang harus dipertahankan agar tetap ada di dalam diri anggota. Oleh karena itu, langkah baiknya jika pihak BMT Beringharjo mampu memberikan sikap apresiasi yang lebih berupa *award* baik berwujud fisik maupun kemudahan dalam mendapatkan permodalan selanjutnya. Besar kemungkinan bentuk apresiasi ini nantinya akan memberikan dampak yang positif dari anggota terhadap BMT Beringharjo.

3. Bagi Pembaca Umum

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam studi strategi pemasaran. Perbedaan hasil antara satu penelitian dengan penelitian lainnya yang serupa merupakan hal yang wajar. Meskipun demikian, tidak ada hasil penelitian

sebagaimana penelitian ini yang hasilnya bersifat mutlak dan berlaku konstan selamanya. Perilaku konsumen yang terus mengalami perubahan secara cepat juga dapat dijadikan suatu alasan bahwa hasil penelitian satu dengan lainnya juga dapat berubah-ubah secara cepat meskipun memiliki tema penelitian yang sama. Oleh karena itu, diperlukan telaah pemikiran yang mendalam dalam membaca suatu hasil penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an:

Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Darus Sunah. Jakarta.

Buku:

Djazuli, Januari. 2002. *Lembaga-lembaga Perekonomian Ummat, Sebuah Pengenalan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Dwiastuti, Rini dkk. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press. Malang.

Ghazali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. BP.UNDIP. Semarang.

Hadi, Samsul dan Widyarini. 2009. *Metodologi Penelitian*. Ekonisia. Yogyakarta.

Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah (Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah)*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Hasyim, Ahmad Umar. 2004. *Menjadi Muslim Kaffah Berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW*. Mitra Pustaka. Yogyakarta.

Indahwati Darsono, Lincen. 2004. *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*. Kinerja

Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Perilaku konsumen*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. 1997. *Principles Marketing 9e*. Prenhallindo. Jakarta.

- Mannan, Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Dana Bhakti Prima Yasa. Yogyakarta.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mowen, John C. and Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. 2002. Erlangga. Jakarta.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. 1997, Gema Insani Press. Jakarta.
- Sudarsono, Heri. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Sugiharto dkk. 2003. *Teknik Sampling*. PT Gramedia Pustaka Utama .Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metodologi Penelitian bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Swasta, Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Konteporer*. Andi offset. Yogyakarta.

Karya Ilmiah:

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol 17.
- Bidayati Saada, Naila. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Promosi Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Di BMT Batik*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

- Fauziah, Nini Nur. 2005. *Pengaruh Citra Bank Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Hidayatullah, Andy. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Oktaviani, Evi. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Surabaya*. Jurnal. Artikel Ilmiah Manajemen.
- Saputro, Rapinov. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nusantara Sakti Demak*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Lampiran I

Terjemahan Al-Qur'an

HLM	TERJEMAH
14	<i>Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa:29)</i>
14	<i>Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka pasti memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebagian kamu sebagai cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Dan Tuhanmu Maha Melihat. (Al-Furqan:20)</i>
14	<i>Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok, dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan (Al-Hasyr:18)</i>
15	<i>Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. (Asy-Syu'ara:181)</i>

20	<i>Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengambil orang-orang Yahudi dan Nasrani menjadi pemimpin-pemimpin(mu); sebahagian mereka adalah pemimpin bagi sebahagian yang lain. Barangsiapa diantara kamu mengambil mereka menjadi pemimpin, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang zalim (Al-Ma'idah:51)</i>
21	<i>Allah Pelindung orang-orang yang beriman; Dia mengeluarkan mereka dari kegelapan (kekafiran) kepada cahaya (iman). Dan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindungnya ialah syaitan, yang mengeluarkan mereka daripada cahaya kepada kegelapan (kekafiran). Mereka itu adalah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Al-Baqarah:257)</i>
23	<i>Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Al-Imran:159)</i>
25	<i>Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahu. (Ar-Rum:30)</i>

30	<p><i>Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Al-Baqarah:267)</i></p>
----	---



Lampiran II

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah. (Studi Kasus Pada Anggota BMT Beringharjo Yogyakarta)”. Untuk itu dalam kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner ini dengan **SEBENAR-BENARNYA DAN SEBAIK-BAIKNYA**. Apapun pendapat dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, **SAYA SANGAT MENJAMIN KERAHASIAANNYA**, dan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian saya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT. AMIN.

Hormat saya,

Muhammad Linggar Jati

NIM: 09390104

Petunjuk pengisian:

Pada pertanyaan dibawah ini, Anda dimohon mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya. Jawablah pertanyaan tersebut dengan tanda silang (X).

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

1. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita

2. Pendidikan terakhir : (pilih salah satu dibawah ini)

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Diploma
- e. Sarjana

3. Usia : (pilih salah satu dibawah ini)

- a. < 20
- b. 21 – 30
- c. 31 – 40
- d. 41 – 50
- e. > 50

4. Penghasilan per bulan : (pilih salah satu dibawah ini)

- a. < Rp. 500.000,-
- b. Rp. 500.001,- – Rp. 1.000.000,-
- c. Rp. 1.000.001,- – Rp. 5.000.000,-
- d. Rp. 5.000.001,- – Rp. 25.000.000,-
- e. > Rp. 25.000.000,-

5. Sudah berapa lama menggunakan BMT Beringharjo: (pilih salah satu dibawah ini)

- a. < 3 bulan
- b. 3 – 6 bulan
- c. 7 – 12 bulan
- d. 13 – 24 bulan
- e. > 24 bulan

Petunjuk Pengisian:

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

KUALITAS PRODUK

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Saya merasa produk di BMT Beringharjo sudah sesuai dengan syariah.				
2	Saya merasa produk di BMT Beringharjo memiliki nilai tambah.				
3	Saya merasa tidak dirugikan dengan produk yang ada di BMT Beringharjo.				
4	BMT Beringharjo memiliki produk-produk yang beragam				
5	Produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan saya.				

CITRA PERUSAHAAN

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	BMT Beringharjo dikenal punya citra yang baik.				
2	BMT Beringharjo menjaga nama baiknya dengan cara menghargai nasabah.				
3	Dengan semboyan BMT Terkemuka Mitra Bisnis Berbasis Syariah,saya yakin BMT Beringharjo bisa dipercaya dalam kerjasama usaha.				
4	Dengan membangun citra BMT Beringharjo dapat membantu saya menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan.				
5	BMT Beringharjo selalu memberikan yang terbaik untuk para nasabahnya.				

KUALITAS LAYANAN

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Kondisi fasilitas BMT Beringharjo baik				
2	Karyawan BMT Beringharjo melayani dengan ramah.				
3	Karyawan BMT Beringharjo selalu berpenampilan rapi.				
4	Karyawan mampu menangani dan memberikan penjelasan kepada nasabah dengan tepat.				
5	Saya merasa memiliki kemudahan bertransaksi di BMT Beringharjo.				

LOYALITAS NASABAH

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1	Guna kemajuan usaha saya, maka saya akan terus bermitra dengan BMT Beringharjo.				
2	Saya percaya BMT Beringharjo akan terus berusaha memajukan usaha mikro seperti usaha saya.				
3	Saya akan menyarankan orang lain agar ke BMT Beringharjo untuk mendapatkan modal usaha.				
4	Komentar negatif orang lain tidak akan membuat saya pergi dari BMT Beringharjo.				
5	Saya tidak mudah tergiur oleh tawaran BMT lain.				

Lampiran III

Data Mentah Jawaban Responden

	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Total X1	Total X2	Total X3	Total Y
No	Kualitas Layanan (X1)					Citra Perusahaan (X2)					Kualitas Produk (X3)					Loyalitas Nasabah (Y)					skor	skor	skor	skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	18	20	17	19
2	2	4	4	4	3	3	4	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	17	14	18	16
3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	20	17	18	20
4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	17	17	16	18
5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	4	15	17	14	16
6	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	4	2	4	15	18	14	15
7	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	16	14	14	15
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	16	15	16	17
9	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	19	18	18	20
10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	3	4	17	14	14	15
11	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4	18	16	17	17
12	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	16	18	16	20
13	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	18	18	17	19
14	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	16	18	15	18
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	19	19	19	20
16	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	16	14	16	16
17	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	17	14	15	17
18	4	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	16	15	14	15
19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	16	14	16	15
20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	16	15	13	14
21	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	17	18	19	19
22	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2	3	4	14	13	13	15
23	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	17	13	16	1
24	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	18	15	18	9
25	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	18	17	19	20
26	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	17	17	20	19
27	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	17	16	19	18
28	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	18	14	18	19
29	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	16	17	17	16
30	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	17	17	16	17
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	15	15	19	15
32	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	17	16	15	15
33	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	18	16	17	19
34	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	17	16	18	18
35	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	19	16	20	20

36	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	17	15	19	18
37	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	16	14	16	16
38	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	17	14	17	15
39	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	19	19	19	20
40	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	17	16	17	18
41	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	13	14	17	13
42	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	18	19	19	20
43	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	17	16	18	19
44	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	1	1	3	2	4	4	1	4	15	17	12	15
45	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	16	16	15	16
46	4	4	3	2	2	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	15	13	12	14
47	4	3	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	19	13	20	20
48	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	18	15	16	19
49	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	14	14	17	15
50	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	18	16	17	19
51	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	16	16	19	17
52	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	14	16	16	14
53	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	20	16	18	16
54	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	20	16	17	18
55	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	15	19	16	14
56	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	14	19	16	14
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	15	15	18	14
58	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	18	16	12	17
59	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	18	16	18	18
60	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	15	19	17	16
61	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	13	20	16	12
62	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	14	16	15	16
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	15	16	17	17
64	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	18	19	16	18
65	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	14	16	16	15
66	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	10	12	14	12
67	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	16	16	15	17
68	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	15	20	16	15
69	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	1	2	2	3	3	3	3	3	4	15	19	10	16
70	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	4	17	16	17	15
71	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	2	3	3	4	4	2	2	15	11	15	15
72	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	16	15	14	17
73	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	18	18	17	19
74	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	4	4	2	2	15	17	15	16
75	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	16	13	15	17
76	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	15	17	17	16
77	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	16	17	14	17
78	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	13	15	15	14

79	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	16	17	15	17
80	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	14	15	18	16
81	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	16	17	18	19
82	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	4	2	3	4	14	13	14	15
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	16	15	18	18
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	15	16	17	20
85	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	15	17	16	16
86	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	13	17	13	13
87	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	15	16	15	13
88	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	13	17	14	13
89	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	2	13	15	15	14
90	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	16	18	12	13
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	16	15	17	17
92	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	16	15	14	10
93	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	14	18	18	19
94	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	15	14	17	17
95	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	14	14	12	13
96	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	15	17	15	16
97	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	15	10	14	12
98	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	14	14	15	15
99	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	13	17	15	15
100	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	17	14	13	15



Lampiran IV

Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas

A. Kualitas Layanan

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.250*	.302**	.095	.255*	.589**
	Sig. (2-tailed)		.012	.002	.349	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.250*	1	.451**	.257**	-.026	.615**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.010	.800	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.302**	.451**	1	.336**	.150	.713**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.001	.137	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.095	.257**	.336**	1	.404**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.349	.010	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.255*	-.026	.150	.404**	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.010	.800	.137	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	.589**	.615**	.713**	.673**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	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).

B. Citra Perusahaan

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.461**	.370**	.315**	.189	.678**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.461**	1	.427**	.475**	.218*	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.370**	.427**	1	.402**	.230*	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.315**	.475**	.402**	1	.309**	.721**
	Sig. (2-tailed)						
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.189	.218*	.230*	.309**	1	.577**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.060	.029	.021	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.678**	.752**	.706**	.721**	.577**	1
TotalX2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

C. Kualitas Produk

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TotalX3
	Pearson Correlation	1	.660**	.187	.125	.228*	.660**
X3.1	Sig. (2-tailed)		.000	.062	.215	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.660**	1	.173	.143	.300**	.691**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.000		.085	.155	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.187	.173	1	.655**	.133	.672**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.062	.085		.000	.186	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.125	.143	.655**	1	.217*	.676**
X3.4	Sig. (2-tailed)	.215	.155	.000		.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.228*	.300**	.133	.217*	1	.562**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.022	.002	.186	.030		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.660**	.691**	.672**	.676**	.562**	1
TotalX3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

D. Loyalitas Nasabah

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TotalY
Y.1	Pearson Correlation	1	.285**	.363**	.313**	.209*	.673**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.001	.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.285**	1	.377**	.194	.210*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.054	.036	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.363**	.377**	1	.232*	.250*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.020	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.313**	.194	.232*	1	.226*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.001	.054	.020		.024	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.209*	.210*	.250*	.226*	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.037	.036	.012	.024		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Totally	Pearson Correlation	.673**	.628**	.695**	.614**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

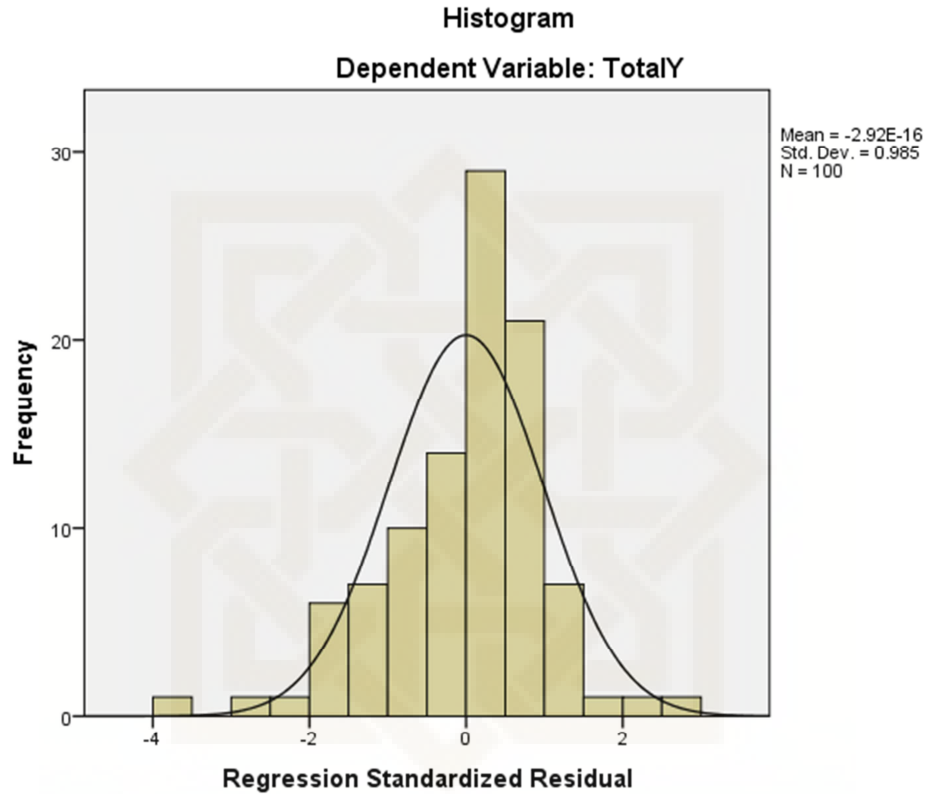
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Lampiran V

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TotalX1	TotalX2	TotalX3	TotalY	Unstandardized Residual
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16.0300	15.9400	16.0800	16.4000	0E-7
	Std. Deviation	1.82272	1.95825	2.05814	2.26524	1.40880711
Most Extreme Differences	Absolute	.117	.122	.123	.112	.117
	Positive	.117	.108	.080	.112	.086
	Negative	-.103	-.122	-.123	-.104	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.166	1.222	1.226	1.117	1.174
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132	.101	.099	.165	.127

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

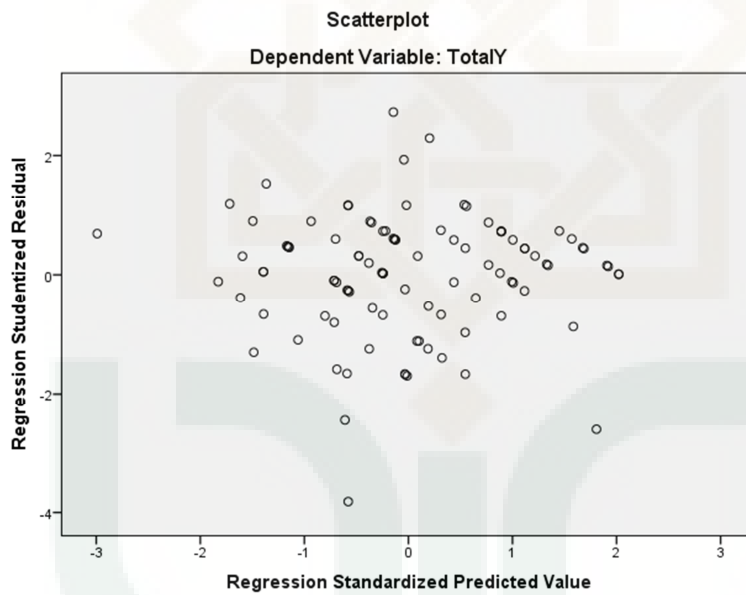
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-2.959	1.682		-1.759	.082		
	TotalX1	.613	.089	.494	6.876	.000	.782	1.279
	TotalX2	.199	.075	.172	2.660	.009	.962	1.040
	TotalX3	.395	.079	.359	5.003	.000	.783	1.276

a. Dependent Variable: totally

3. Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.744	1.114		1.565	.121		
	TotalX1	-.027	.059	-.052	-.450	.653	.782	1.279
	TotalX2	.023	.050	.047	.454	.651	.962	1.040
	TotalX3	-.039	.052	-.086	-.752	.454	.783	1.276

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran VI

B. Uji Persamaan Regresi

1. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311.511	3	103.837	50.732	.000 ^b
	Residual	196.489	96	2.047		
	Total	508.000	99			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.613	.601	1.43065	1.977

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

3. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.959	1.682		-1.759	.082		
	TotalX1	.613	.089	.494	6.876	.000	.782	1.27
	TotalX2	.199	.075	.172	2.660	.009	.962	1.04
	TotalX3	.395	.079	.359	5.003	.000	.783	1.27

a. Dependent Variable: totally

CURICULUM VITAE



Data Pribadi

Nama : Muhammad Linggar Jati

Nama Panggilan : Linggar

Tempat/Tanggal Lahir: Yogyakarta, 3 Juli 1991

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Alamat Asal : Tahunan UH III No. 17 RT 06 RW 01 Kota Jogja Provinsi
D.I.Yogyakarta.

No. Hp. : 083867628217

E-mail : m.linggarjati@yahoo.com

Riwayat Pendidikan Formal:

- TK Tahunan Yogyakarta : Lulus Tahun 1997
- SD Negeri Tahunan Yogyakarta : Lulus Tahun 2003
- SMP Negeri 15 Yogyakarta : Lulus Tahun 2006
- SMA Negeri 2 Banguntapan : Lulus Tahun 2009
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : Masuk Tahun 2009