



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS BMT BERKAH MANDIRI SEJAHTERA

Yulianingsih¹, Sugiharto²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok
ningsihy476@gmail.com¹, ugikhot@gmail.com²

Abstrak

Seiring perkembangan dunia bisnis, lembaga keuangan memegang peranan yang sangat penting, BMT termasuk kedalam perusahaan jasa yang mana perlu mewujudkan kepuasan pelanggannya sehingga menimbulkan loyalitas nasabah BMT itu sendiri, Adapun permasalahan yang dihadapi yaitu banyaknya komplain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan karyawan. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan model analisisnya regresi linier sederhana. Penentuan sampel dilakukan dengan cara *sampling insidental* berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 31,8% faktor-faktor loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya 68,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil Uji t menunjukkan variabel kualitas pelayanan hasil analisis t hitung (6,862) > t tabel (1,661) maka secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

Along with the development of the business world, financial institutions play a very important role, BMT is included in service companies which need to achieve satisfaction customers so that it creates customer loyalty BMT itself. The problems faced are the number of complaints related to the quality of employee service. Therefore, it is necessary to conduct research to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty at KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. This type of research is quantitative research with data collection method using a questionnaire with a simple linear regression analysis model. Determination of the sample is done by incidental sampling totaling 100 respondents, using simple linear regression analysis. The results of the regression test show that 31.8% of customer loyalty factors can be explained by service quality while the remaining 68.2% is explained by other factors not examined in this study. The results of the t-test show that the service quality variable is the result of the t-count analysis (6.862) > t table (1.661) then partially the service quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty at KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

Keywords: Service Quality and Customer Loyalty

(*) Corresponding Author: Yulianingsih¹, ningsihy476@gmail.com¹, 085885355845.

INTRODUCTION

Lembaga keuangan memegang peranan yang sangat penting, hampir semua kegiatan ekonomi tak luput dari lembaga keuangan. Perbedaan yang paling terlihat antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah adalah penetapan sistem bagi hasil sebagai alternatif dari sistem bunga. Lembaga keuangan syariah memiliki fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Lembaga keuangan non bank dengan prinsip syariah sama-sama memiliki misi keumatan yang jelas. Salah satunya yaitu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) termasuk kedalam perusahaan jasa yang mana perlu mewujudkan kepuasan pelanggannya sehingga menimbulkan loyalitas nasabah atau anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) itu sendiri, terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menciptakan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Salah satu indikator loyalitas anggota yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik merupakan sebuah harapan yang utama bagi pelanggan, tak khayal jika pelanggan sering kecewa dengan pelayanan yang buruk.

Zeithaml et al dalam Laksana (2019:82) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “*the extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Maksudnya kualitas pelayanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan konsumen dengan kenyataan yang mereka alami. Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam Windansuri dan Hyacintha (2017:82) mengemukakan lima dimensi sebagai penentu kualitas pelayanan yang disebut SERVQUAL atau *service quality* yang dapat dijelaskan masing-masing sebagai berikut:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan andal dan tepat serta akurat. Misalnya ketepatan waktu, pelayanan yang prima, sikap simpatik, kepercayaan dan lain sebagainya.
2. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan untuk memberikan sesuatu yang bisa dipercaya, aman dan terjamin keandalannya. Pelanggan memerlukan pilihan yang tepat. Bahwa ia membuat keputusan yang tepat dengan mempercayai kita untuk memenuhi harapannya.
3. *Tangible* (bukti langsung) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Kualitas fisik dapat berupa sarana dan prasarana dan sebagainya. Juga meliputi penampilan karyawan. Untuk itu, kegiatan yang bisa dilakukan guna memperhatikan elemen *tangible*, antara lain, adalah dengan menjaga area kerja apalagi yang langsung berhadapan dengan pelanggan agar tetap rapi. Lalu, barang-barang perlu disusun dengan teratur serta berperilaku dan berpakaian secara formal.
4. *Empathy* (empati) yaitu tingkat kepedulian dan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan. Hal itu merupakan bagian penting selama membangun kedekatan hubungan. Sebab, dengan berempati kita akan dengan tulus memberikan bantuan ataupun memenuhi permintaan pelanggan. Misalnya dengan mendengarkan dengan baik apa yang disampaikan oleh pelanggan, menempatkan diri kita dalam posisi pelanggan, dan menanggapi dengan cepat dalam menjawab apa yang diinginkan oleh pelanggan.
5. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap. Misalnya kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan, pemberian informasi yang jelas, persediaannya karyawan untuk pelayanan walaupun sibuk dan sebagainya.

Loyalitas pelanggan menurut Oliver dalam Hurriyati (2019:128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan adalah “*customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior*”, yang berarti bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan agar dapat bertahan untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa yang dipilih secara konsisten di masa depan, walaupun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menimbulkan perubahan perilaku.

Tjiptono dalam Sumarwan et al (2018:233) mengemukakan lima indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan, yaitu :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut

4. Tetap memilih merek tersebut
5. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain

KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera memiliki dua fungsi utama yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana. Berdasarkan data dari pihak KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera bahwa produk simpanan atau tabungan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi pembiayaan atau penyaluran dana mengalami penurunan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera menurut pengamatan peneliti belum adastandarisasi resmi yang dilakukan oleh para pengurus. Kualitas pelayanan KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera juga masih sederhana belum ada yang istimewa, masih adanya komplain dari nasabah. Hal ini yang menjadi dasar peneliti untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Berkah Mandiri Sejahtera.

METHODS

Bagian ini menjelaskan mengenai berbagai metode yang digunakan dalam penelitian. Sugiyono (2019:289) mengatakan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, penelitian dengan menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari metode pengukuran. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian survei, yaitu penelitian untuk mendapatkan data yang alamiah (bukan buatan) dari suatu tempat tertentu, melainkan peneliti akan melakukan suatu hal atau perbuatan dalam upaya pengumpulan datanya, seperti melakukan wawancara, tes, penyebaran kuesioner atau angket, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2019:6).

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera yang terdata pada bulan Maret 2022 yaitu sebanyak 1.943 nasabah. Adapun sampelnya peneliti ambil dengan menggunakan rumus menurut Slovin dalam Sujarweni (2020:66), yang mengatakan bahwa $n = \frac{N}{Nd^2+1}$ dimana n adalah banyaknya sampel, N adalah jumlah populasi dan d^2 adalah Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10 %) sehingga diperoleh sampel sebesar 95,1 responden atau yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Selanjutnya guna menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yang diteliti, maka digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) a =

Intersep (titik potong dengan sumbu Y) b =

Koefisien regresi (konstanta) X

X = Variabel bebas (Kualitas Pelanggan) e =

Standar error

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear sederhana yang tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan Statistical Package For the Social Science (SPSS versi 22). Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa koefisien determinasi serta uji t (Uji Parsial).

RESULTS & DISCUSSION

Results

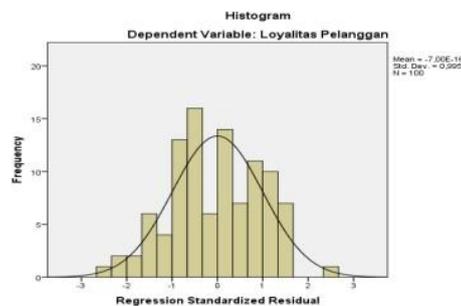
Dalam penelitian ini, seperti telah peneliti uraikan diatas sebelumnya bahwa digunakan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Terakhir dilakukan uji hipotesis berupa koefisien determinasi serta uji t (Uji Parsial).

1. Uji Kualitas Data

Pada uji kualitas data yang pertama yaitu uji validitas, tentunya bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka untuk uji kualitas data variabel kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah maka semuanya dinyatakan valid karena semua rhitung-nya diatas 0,196 semua. Demikian juga untuk uji reliabilitas, maka semua variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini reliabel karena nilai cronbach α diatas 0,6 semua sehingga dapat digunakan untukuji selanjutnya.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

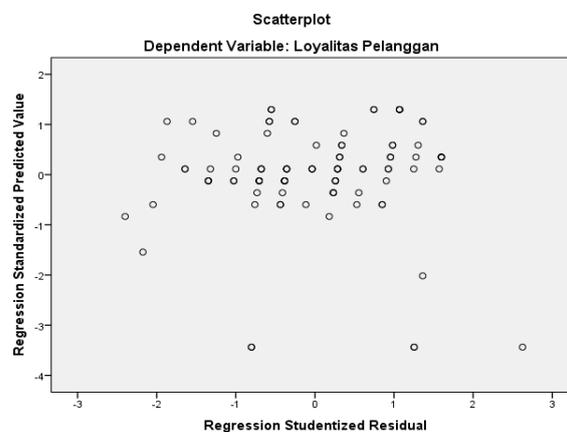
Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik baik uji normalitas maupun uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran data itu normal atau tidak yang salah satunya dapat dilakukan dengan pendekatan histogram. Adapun hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

Setelah dinyatakan berdistribusi normal, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika tetap, makadisebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitasdapat dilakukan dengan pendekatan grafik, seperti dibawah ini.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Grafik Scatterplot diatas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angkanol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan berdasarkan masukan variabel independennya.

3. Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis dengan urutan penyajian data meliputi persamaan regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R²) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel 1 di bawah ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier sederhana.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,794	2,098		4,192	0,013		
	Kualitas Pelayanan	0,606	0,088	0,570	6,862	0	1,000	1,000

i. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier bergandanya, sebagai berikut:

$$Y = 8,794 + 0,606X$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 8,794 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan dianggap nol maka variabel loyalitas pelanggan sebesar 8,794.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 0,606 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,606 satu satuan.

2. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan, maka dapat dilihat pada Tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), seperti terlihat di bawah ini.

Tabel 2. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,570 ^a	0,325	0,318	2,07807

- i. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- ii. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,318 atau 31,8%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera sebesar 31,8% sedangkan sisanya sebesar 68,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

Hasil Uji t penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Coefficients* yaitu dengan melihat nilai t maupun signifikansinya. Guna lebih jelasnya dapat dilihat pada salinan tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	T		Sig.		KESIMPULAN
	Hitung	Tabel	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Pelayanan	6,862	> 1,661	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Guna menentukan H0 maupun H1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} diatas dapat dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,661. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 6,862 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu (6,862) > (1,661) dan nilai signifikansinya adalah 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Kesimpulan : variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

DISCUSSION

Berdasarkan data dari pihak KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera bahwa produk simpanan atau tabungan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi pembiayaan atau penyaluran dana mengalami penurunan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera menurut pengamatan peneliti belum ada standarisasi resmi yang dilakukan oleh para pengurus. Kualitas pelayanan KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera juga masih sederhana belum ada yang istimewa, masih adanya komplain dari nasabah. Sehingga peneliti berpikir bahwa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Setelah dilakukan penelitian setidaknya permasalahannya mulai dapat terjawab. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

Berdasarkan hasil tanggapan responden sebanyak 100 orang responden yang karakteristiknya

terdiri dari 54% laki-laki dan 46% perempuan. Dengan rentan usia yang didominasi oleh kalangan usia 31 hingga 40 tahun sebanyak 45%, serta tingkat pendidikan yang di dominasi oleh tingkat pendidikan lulusan SLTA sebanyak 53%, juga di dominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 81% dengan rata-rata penghasilan yang didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan sebanyak Rp. 2.100.000 hingga Rp. 4.000.000 per bulan, disampaikan bahwa terdapat satu variabel X (yaitu kualitas pelayanan) yang berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas pelanggan), dimana secara total untuk variabel kualitas pelayanan, setelah di rata-rata ternyata didapatkan data adasebanyak 7,4% responden menjawab netral, sebanyak 13,8% responden menjawab setuju dan 80% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,72 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa karyawan KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera sudah memenuhi semua Indikator Kualitas Pelayanan dalam melayani pelanggan. Variabel lainnya yaitu loyalitas pelanggan sebanyak 0,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 0,2% responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 9,2% responden menjawab netral, sebanyak 17,8% responden menjawab setuju dan 72,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,62 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera sangat loyal.

Hasil pengujian hipotesis diatas menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera, dimana nasabah mengetahui dan sadar tentang KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Nasabah menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera sudah baik, hal ini mendorong nasabah untuk loyal terhadap KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0,196$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha $> 0,6$. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 8,794 + 0,606X$. Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* sebesar 31,8% atau 0,318 ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 31,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimuat dalam penelitian ini.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi pada hasil penelitian dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diketahui dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa angka t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 6,862 sedangkan angka t_{tabel} adalah 1,661 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Atas dasar hasil analisis data yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 6,862 atau lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan menunjukkan berpengaruh signifikan, ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera untuk selalu mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang baik karena itu sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian hipotesis pun dapat dibuktikan bahwa $H_1: \beta_1 \neq 0$ yang artinya adalah Secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu Lina, I. N, Joko W, dan Sri W (2022) penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan pembahasan serta hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Indikator kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan dalam mengukur kualitas

pelayanan yaitu indikator fasilitas fisik dengan angka penafsiran yaitu 4,82. Fasilitas fisik yang diberikan pihak KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera meliputi fasilitas fisik seperti gedung, kursi tempat nasabah menunggu pelayanan, kartu anggota, buku simpanan wajib dan penampilan karyawan. KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera selalu memperhatikan fasilitas fisik dan kualitas pelayanan yang diberikan agar memberikan kesan yang baik pada para nasabahnya, sehingga nasabah mendapatkan kenyamanan dalam bertransaksi dan dapat menimbulkan kelayakatan terhadap KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera untuk waktu yang akan datang.

2. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,862 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,005. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Melalui uji (R^2) diperoleh nilai sebesar 31,8%, persamaan regresi sederhana diperoleh $Y = 8,794 + 0,606X$. Hal ini berarti semakin sesuai kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera.

REFERENCES

- Curatman, A. et al. 2020. *Program Loyalitas Pelanggan*. Cetakan Pertama Yogyakarta: Penerbit Deepublish. Hal. (25)
- Hurriyati, R. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta. Hal (128,130-132,154,)
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Depok: Penerbit Khalifah Mediatama. Hal. (79-82)
- Lina, I. N , Joko W dan Sri W. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Penelitian. ISSN: 2684-6853.
- Nihayah, A. Z. 2019. *Pengolahan data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*. Semarang: Penerbit Universitas Islam Negeri Walisongo. Hal (30 & 34)
- Panjaitan, M dan Selamat S. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pos Indonesia Medan*. Jurnal Penelitian. ISSN: 2460-562X
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Kedua puluhTujuh. Bandung: Penerbit Alfabeta. Hal (6,39,60,80-81,85&137)
- Sujarweni, V, W. 2020. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press. Hal(66,83 & 85)
- Sumarwan, U. et al. 2018. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Cetakan Pertama. Bogor: Penerbit PT IPB Press. Hal. (233)
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish. Hal.(5&81)
- Widodo, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahad Mart Cinere*. Jurnal Penelitian. ISSN: 2598-0823.
- Widasuri, H dan Hyacintha, S. 2017. *Service Excellent*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit PT.Gramedia. Hal. (82)