PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN TAMARA DI BMT AGAM MADANI NAGARI KAMANG MUDIAK KECAMATAN KAMANG MAGEK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1 Perbankan Syariah

ACC PBB
Untuk Munaqasah

23 Juni 2020

OLEH

FADILA
NIM :3316.312
PEMBIMBING

RAHMI, MA

NIP : 19760515 2009 12 022

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI
2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **FADILA Nim 3316.312**, dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamara Di Bmt Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek**" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 23 Juni 2020

Pembimbing



RAHMI, MA
NIP. 19760515 2009 12 022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.*

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Selama proses penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir tidak lepas dari peranan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, kepada:

1. Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Bukittinggi serta Bapak Wakil Rektor yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi.
2. Bapak Dr. Iiz Izmuddin, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi serta Bapak dan Ibu Wakil dekan yang telah memberikan

fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi.

3. Ibu Sandra Dewi, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan bagi penulis dalam mengurus segala keperluan yang berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Zuwardi, M.A sebagai dosen penasehat akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat yang baik demi kelancaran proses belajarnya penulis.
5. Ibu Rahmi, M.A sebagai pembimbing skripsi penulis, yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, mengarahkan dan mengoreksi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skrispi ini sesuai kaidah ilmiah yang berlaku.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah banyak membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis serta Bapak/Ibu kepegawaian tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.
7. Bapak/Ibu karyawan BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek yang telah memberikan penulis izin untuk melakukan penelitian terhadap nasabah di BMT.
8. Bapak/Ibu nasabah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek yang telah bersedia menjadi informan untuk penelitian penulis.

9. Bapak/Ibu serta karyawan/karyawati perpustakaan IAIN Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman PS.H 2016 yang telah menjadi teman seperjuangan kuliah yang selalu memberikan semangat dan saling merasakan suka duka kuliah bersama penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis selama menyelesaikan studi di IAIN Bukittinggi

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT. *Aamiin Allahumma Amiin.*

Baso, Juni 2020

Penulis

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamara Di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek" yang disusun oleh Fadila, Nim: 3316312 Jurusan S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Latar belakang penulis mengangkat judul ini adalah berkembangnya BMT yang tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mengakibatkan kecewa nasabah, mengingat nasabah mempunyai harapan untuk dipenuhi dan dipuaskan, hal ini menjadi tuntutan bagi BMT untuk meningkatkan kualitas pelayanan.Kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Tujuan penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian adalah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

Metode yang digunakan teknik analisis data meliputi uji regresi linier berganda, kofisien korelasi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji T dan Uji F dengan menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini bukti fisik, kehandalan,ketanggapan, jaminan, dan empati sebagai variabel dependen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel independen bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda $Y=8.376+0,309X_1-0,329X_2+0,0422X_3+0,375X_4+0,213X_5$ + e dimana angka ini menunjukkan pada bukti fisik terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas nasabah, pada kehandalan terdapat pengaruh signifikan dengan nilai negatif, dan pada ketanggapan terdapat pengaruh signifikan dengan nilai positif, jaminan berpengaruh signifikan dengan nilai positif dan begitu juga dengan empati berpegaruh signifikan dengan nilai positif. Hasil koefisien determinasi diperoleh R^2 0,416 artinya proporsi pengaruh variabel bukti fisik, kehandalan , ketanggapan, jaminan dan empati terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek adalah sebesar 41,6% sedangkan sisanya 58,4% dipengaruhi variabel lain. Berdasarkan uji buktinya hasil uji F diperoleh bahwa bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, jaminan, empati dan loyalitas nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....

ABSTRAK.....

DAFTAR ISI .....

KATA PENGANTAR .....

DAFTAR TABEL .....

DAFTAR GAMBAR .....

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Masalah.....8

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian.....9

F. Manfaat penelitian 9

G. Penjelasan Judul 9

H. Sistematika Penulisan 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Baitul Maal Wa Tamwil* 13

B. Kualitas Jasa 15

C. Loyalitas 23

D. Landasan Syariah 26

E. Kajian Terdahulu 31

F. Kerangka Pemikiran 32

G. Hipotesis 33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 34

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 34

C. Teknik Pengumpulan Data 35

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 36

E. Variabel Penelitian 37

F. Instrumen Penelitian 38

G. Metode Analisis Data 38

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Monografi BMT 47

1. Sejarah singkat BMT 51

2. Visi dan Misi BMT 51

3. Produk-produk BMT.....52
4. Struktur Organisasi BMT.....55
B. Profil Responden
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....
2. Karakteristik responden berdasarkan usia.....57
3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....58
C. Analisis Deskripsi Jawaban Responden 58
D. Hasil Uji Instrumen
1. Uji validitas 70
2. Uji reliabilitas 72
3. Uji asumsi klasik
a. Uji normalitas 73
b. Uji multikolenearitas.....73
4. Regresi linier berganda 75
5. Kofisien korelasi.....77
6. Uji determinasi 78
7. Uji t 78
8. Uji f 80
9. Analisa penulis 81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan.....83
B. Saran 84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Perkembangan nasabah dan total tabungan tamara 6
2. Instrumen penelitian 39
3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 57
4. Karakteristik responden berdasarkan usia 58
5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan 58
6. Tanggapan responden terhadap bukti fisik (x1) 60
7. Tanggapan responden terhadap kehandalan (x2) 61
8. Tanggapan responden terhadap ketanggapan (x3) 63
9. Tanggapan responden terhadap jaminan (x4) 64
10. Tanggapan responden terhadap empati (x5) 66
11. Tanggapan responden terhadap loyalitas nasabah (Y) 64
12. Hasil perhitungan uji validitas 71
13. Reliability statistic 72
14. Hasil uji normalitas 73
15. Hasil uji multikolonearitas 74
16. Hasil uji regresi linier berganda 75
17. Hasil uji korelasi model summary 77
18. Hasil uji determinan 78
19. Hasil uji T 78
20. Hasil uji F 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Kerangka pemikiran 34

2. Struktur organisasi KJKS BMT 55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis keuangan terutama Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) banyak diminati oleh masyarakat. Masyarakat beranggapan bahwa lembaga keuangan yang berlandaskan azas syariah akan lebih aman dan nyaman karena menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syariat Islam.[1]

Baitul Maal Wa Tamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya beintikan bait al-mal wa at-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. [2]

Keberadaan Baitul Maal wa Tamwil (BMT) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah mengalami dinamika yang bagus seiring dengan dinamika dan perkembangan lembaga ekonomi dan keuangan Islam lainnya di tanah air. Munculnya lembaga keuangan mikro seperti *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan salah satu *multiplier efect* dari pertumbuhan dan perkembangan lembaga ekonomi dan keuangan bank

[1] Fretty, Welta, pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah(Studi pada BMT Surya Barokah) Semarang: Jurnal I-Economic,hal 129, 2017, Vol 3(2).

[2] Nurul Huda, Baitul Maal Wa Tamwil: sebuah tinjauan teoritis, (Jakarta: Amzah, 2016), hal 35

syariah. Lemabga ekonomi mikro ini lebih dekat dengan kalangan masyarakat bawah.

Dalam operasional kegiatannya, *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) pada prinsipnya melaksanakan fungsi dan kegiatan dalam bidang jasa keuangannya, sektor riil dan sosial (ZISWA).Kegiatan dalam aspek jasa keuangan ini pada prinsipnya sama dengan yang dikembangkan oleh lembaga ekonomi dan keuangan lain berupa penghimpunan dan penyaluran dana dari dan kepada masyarakat. Dalam fungsi ini Baitul *Maal wa Tamwil* (BMT) disamakan dengan sistem perbankan/ lembaga keuangan yang mendasarkan kegiatannya dengan syariat islam.[3]

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau dapat juga ditulis dengan baitul maal wa baitul tamwil. Secara harfiyah/ lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha.Baitul Maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dengan demikian, keberadaan Baitul Maal wa Tamwil (BMT) menjadi organisasi yang legal sebagai lembaga keuangan Syari'ah, Baitul Mal wa Tamwil (BMT) harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi lansasan atas keyakinan untuk mau tumbuh

[3] Muhammad, Lembaga Ekonomi Syariah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hal 59

dan berkembang, keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis). Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, kemudian berarti Baitul Maal wa Tamwil (BMT) tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi anggota dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaannya harus professional.[4]

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal pada bank. Oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah. Bank harus mampu menjalin silaturrahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, atau menimbulkan *word of mouth* yang positif.[5]

Berkembangnya *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) yang tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mengakibatkan rasa kecewa nasabah, mengingat nasabah mempunyai harapan untuk dipenuhi

[4] Muhammad Ridwan, Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta), 126

[5] M. Nur Rianto AL-Arif, dasar-dasar pemasaran bank syariah, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 206

dan dipuaskan, hal ini merupakan tuntutan bagi *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithalml, dan Berry terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness),* jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).

Kondisi *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akan mendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada keloyalitasan nasabahnya.

BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak memiliki pelayanan yang baik kepada nasabahnya tetapi apabila dilihat dari indikator kualitas pelayanan pelayanan di BMT masih banyak kekurangannya. BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak terletak di jalan raya Pakan Sinayan Nagari Kamang Mudiak Kec Kamang Magek. Kantor BMT berdekatan dengan pasar pakan Sinayan. Rata-rata jumlah nasabah yang bertransaksi pada hari pasar yaitu hari senin dan jumat sebanyak 80 orang. Sedangkan kalau tidak hari pasar yaitu sekitar 40 orang per hari.

Pada *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Nagari Kamang Mudiakkualitas pelayanan sangatlah penting. Pelayanan di *Baitul Mal wa*

Tamwil (BMT) Agam Madani Nagari Kamang Mudiak ini belum memuaskan dikarenakan adanya keluhan dari nasabah terhadap pelayanannya. Ketika penulis survey di lapangan, penulis merasakan sendiri pelayanan yang ada di *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Nagari Kamang Mudiak, yaitu seperti kantor BMT cukup kecil hanya terdiri dari dua bagian yaitu ruangan teller dan ruangan marketing. Penataan di dalam ruangannya kurang rapi. Kursi tunggu untuk nasabah terletak di jalan menuju ruangan marketing. Ketika nasabah duduk ada orang yang mau ke ruangan marketing maka nasabah harus bergeser terlebih dahulu. Di *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Nagari Kamang Mudiak hanya terdapat 1 komputer, 2 laptop, 4 printer, 2 kipas angin, dan disini tidak tersedia toilet.

Selain itu dilihat dari keramahan dan kesopanan karyawan sudah dibilang sopan namun masih kurang ramah kepada nasabahnya, seperti senyuman terpaksa yang diberikan kepada nasabahnya. Seperti senyuman terpaksa yang diberikan dan seakan nasabah berfikir seperti senyum cemoohan, mungkin ini terlihat sepele namun sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan akan berdampak terhadap loyalitas nasabah.

Dilihat dari kesigapan karyawan, karyawannya dalam memberikan pelayananan kurang cepat dan tanggap. Penulis melihat ketika nasabah datang untuk bertransaksi karyawan masih asyik dengan telepon genggam miliknya dan asyik makan. Karyawan tersebut sedikit mengacuhkan nasabah yang membuat nasabah menunggu. Mungkin ini terlihat sepele

namun sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan akan berdampak pada loyalitas nasabah.

Sudah menjadi kebenaran yang diterima dalam dunia bisnis bahwa ada hubungan yang erat antara kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, dan laba perusahaan. Jika pelanggan puas, maka mereka bertahan dan loyal untuk terus menggunakan produk/jasa bisnis kita.[6]

Salah satu produk penghimpunan dana di BMT Agam Madani Kamang Mudiak adalah tabungan mandiri sejahtera (Tamara)**.** Dalam menghimpun dana dari masyarakat, pihak *Baitul Maal wa Tamwil*(BMT) mempunyai kemampuan untuk menarik nasabah. Berikut data yang menggambarkan jumlah dana tabungan mandiri sejahtera (Tamara) yang disimpan oleh masyarakat di *Baitul Maal wa Tamwil* BMT Agam Madani Kamang Mudiak.

Tabel 1.1

Perkembangan Nasabah dan Total Tabungan TAMARA

Pada Tahun 2014 Hingga Tahun 2018

Tahun	Jumlah nasabah	Total tabungan	Persentase
2014	688	423.709.075.01	-
2015	794	690.492.715.90	0,62
2016	892	1.015.139.440.78	0,47
2017	987	1.040.659.283.63	0,02

[6] Dadang munandar, *relationship marketing*, (Yogyakarta: ekuilibria, 2016), hal 76.

2018	1.092	1.450.824.515.21	0,39

Sumber: BMT AgamMadani Kamang Mudiak

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah Tamara mengalami penurunan. Diketahui dari perbandingan tabel diatas yang menyatakan bahwa pada tahun 2015 persentasi tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah Tamara adalah 0,62 %, pada tahun 2016 persentasi tingkat pertumbuhan jumlah dana tabungan nasabah Tamara adalah 0,47 %. Pada tahun 2017 persentasi tingkat pertumbuhan dana tabungan Tamara adalah 0,02%, dan pada tahun 2018 terjadi peningkatan sedikit dari tahun 2017. Persentasi pertumbuhan jumlah dana tabungan Tamara pada tahun 2018 adalah 0,39%.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah yaitu:

1. Kurangnya kenyamanan nasabah ketika berada di dalam ruangan *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Kamang Nagari Kamang Mudiak karena ruangan kecil dan sempit.

2. Kurangnya keramahan karyawan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Kamang Nagari Kamang Mudiak dalam melayani nasabah.
3. Kurangnya kesigapan dan kecepatan karyawan dalam melayani nasabah.

C. Batasan Masalah

Melihat luasnya cakupan penelitian dan waktu yang terbatas maka peneliti membatasi masalah yaitu penulis hanya berfokus pada obyek penelitiannya pada ruang lingkup pengaruh kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empaty* (empati) terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Tamara di BMT Agam Madani Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek?

E. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap

loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi (SE) pada jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi
2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang.
3. Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) Agam Madani Kamang Mudiak dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, supaya lebih meningkatkan loyalitas nasabah.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami permasalahan yang diteliti, maka penulis memberi penjelasan tentang istilah dalam judul ini.

Pengaruh : daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[7]

[7] Kamus besar bahasa indonesia (KBBI), (2005:849)

Kualitas Pelayanan: kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.[8]

Loyalitas Nasabah : komitmen yang mendalam untuk membeli produk atau jasa secara berkesinambungan dan tidak sensitif terhadap perubahan situasi yang menyebabkan berpindahnya pelanggan.[9]

Tabungan Tamara: Tamara adalah salah satu produk *funding* BMT Agam Madani Kamang Mudiak. Tamara adalah tabungan mandiri sejahtera. Tabungan bagi masyarakat yang ingin menabung dan dapat menarik tabungannya setiap saat.[10]

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwasanya cara untuk mendapatkan penilaian yang baik pihak BMT harus mengutamakan pelayanan kepada nasabah sehingga nasabah nyaman dan loyal terhadap BMT Agam Madani Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Mudiak

H. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

[8] Fretty, Welta, *pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah*, Semarang: Jurnal akuntansi dan keuangan, vol; 3(2)
[9] Zulkarnain, *Ilmu Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 136
[10] Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah,identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu. Dimana landasan tersebut berisi tentang tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan. Teori-teori tersebut diambil dari berbagai macam buku yang ada, juga literatur dan semua itu saling berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, tinjauan pustaka juga berisikan kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode yang dipergunakan dalam penelitian yang meliputi waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang deskripsi obyek penelitian, analisis dan pengolahan data yang telah diperoleh kemudian di interpretasikan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari pengolahan data serta memberikan saran yang berguna kepada pihak-pihak yang bersangkutan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

1. Pengertian

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yang disingkat dengan BMT terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil.Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang *non profit.* Sedangkan *baitul tamwil* merupakan suatu wadah yang lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana yang bersifat *profit* dengan memakai sistem *profit and loss sharing,* seperti pemberian pembiayaan *murabahah, mudharabah,* dan lain sebagainya.

Baitul Maal Wa Tamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya beintikan bait al-mal wa at-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya**.**

2. Asas dan Landasan

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berladaskan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan, kekeluargaan, kebersamaan, keandirian dan profesionalisme.Dengan demikian

keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mau tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi *maal* dan *tamwil*. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan secara bersama.

3. Sumber Dana BMT

Sumber dana BMT berasal dari anggota dan masyarakat calon anggota baik dalam bentuk simpanan, deposito maupun bentuk-bentuk utang yang lain. Sumber dana tersebut digunakan oleh BMT untuk membiayai operasional rutin. Dalam melaksanakan ketentuan ini BMT menggunakan dua prinsip yakni prinsip *wadiah* dan *mudharabah.*

a. Prinsip *wadiah*

Wadiah berarti titipan, sedangkan prinsip wadiah dalam produk BMT merupakan produk penitipan dari anggota kepada BMT. Pengembangan prinsip wadiah menjadi dua bagian yaitu:

1) Wadiah amanah

Yaitu penitipan barang atau uang, di mana BMT tidak memiliki kewenangan untuk memanfaatkan barang tersebut.

2) Wadiah Yad Dhamanah

Yaitu penitipan barang atau uang, di mana BMT berwenang untuk mengelola dana tersebut. Atas dasar kewenangan ini BMT akan memberikan bonus.

b. Prinsip *Mudharabah*

Mudharabah secara umum dibagi menjadi dua yakni *mudharabah mutlaqah* dan *muqayyadah.*

1) *Mudharabah mutlaqah*

Yaitu akad penyimpanan dari anggota kepada BMT dengan sistem bagi hasil, di mana BMT tidak mendapat pembatasan apa pun dalam penggunaan dananya.

2) *Mudaharabah muqayyadah*

Yaitu akad penyimpanan dari anggota kepada BMT dengan sistem bagi hasil, di mana BMT dibatasi dalam penggunaan dananya.[11]

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memilki

[11] Abdul manan, *hukum ekonomi syariah dalam perspektif kewenangan peradilan agama,* (Jakarta: Prenadamedia Group), hal 366.

kulitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Pelayanan *(service*) menurut Kotler yaitu: "*A Service any Act performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, its production may or mayno be physical product*". Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Zeithml et.al (1990:19), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai: *The extent of discrepancy between customer expectations or desire and their perceptions".* Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dnyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.[12]

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

a. Bukti Fisik (*Tangible)*, yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksitensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan

[12] Fajar laksana, manajemen pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal 85

sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.

b. Kehandalan (*Reability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Kriteria mutu layanan yang paling diprioritaskan oleh anggota pelanggan, yaitu empati petugas layanan yang senantiasa memiliki tingkat kehadiran pada waktu layanan yang tinggi.
c. Ketanggapan (*Responsiveness*), kemampuan bank untuk menolong pelanggan (nasabah) dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap.
d. Jaminan (*Assurance*), kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan.
e. Empati (*Empathy)*, kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas sampai dengan level terbawal harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama costumer service harus mampu memberikan pelayanan yang tulus

kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahan.[13]

3. Strategi meningkatkan mutu pelayanan

Meningkatkan mutu jasa tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut juga berdampak luas, yaitu terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Faktor yang perlu diperhatikan adalah:

a. Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu langakh pertama yang dilakukan adalah mengadakan riset untuk mengidentifikasi determinasi jasa yang paling penting bagi pasar sasaran.

b. Mengelola harapan pelanggan

Tidak jarang perusahaan melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan mkasud agar mereka terpikat.

c. Mengelola bukti kualitas jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena

[13] Fajar laksana, *manajemen pemasaran*, hal 199.

itu jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cendrung mmeperhatikan fakta-fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

1. Mendidik konsumen tentang jasa

   Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sanagt positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa.

2. Mengembangkan budaya kualitas

   Budaya kualitas merupakan system nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus.

3. Menciptakan *Autimating Quality*

   Adanya otomatisasi dapat mengatasi variasi atau kualitas yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Meskipun demikian, sebelum memutuskan akan melakukan secara seksama untuk menetukan bagian yang membutuhkan sentuhan manusai dan bagian yang memerlukan otomatisasi.

4. Harapan pelanggan

Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan

4. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang penting diperhatikan adalah saranadan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

b. Tersedia personel yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS yang melayani. Petugas CS harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, petugas CS harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan, serta pintar. Petugas CS juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas CS harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas CS harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. petugas CS pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.[14]

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. oleh karena itu, petugas CS harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

g. Memiliki kemampuan dan pengeatahuan yang baik

[14] Kasmir, *manajemen perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015,), hal 252.

Untuk menjadi CS harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan manusia, maka CS perlu didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

CS harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh naabah. Petugas CS yang lamban aka membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginsn dan kebutuhan nasabah.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya.

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas

Beberapa defenisi tentang loyalitas pelanggan yang dikemukakan para ahli sebagai berikut:

a. Kotler menyatakan *the long term successof the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase"*.

Konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa bnyak dia membeli, tapi dari berap sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang untuk membeli.

b. loyalitas lebih mengarah kepada prilaku (behavior) dibandingkan dengan sikap (attitude). Seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan prilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit0unit pembuat atau pengambil keputusan.

c. loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap terhadap suatu merek, toko atau pemasok, beradsarkan sikap yang sanat posotif dan tercermin dalam pembelian yang onsisten. Loyalitas adalah situasi dimana konsumen besikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang diikuti dengan pola pembelian ulang yang konsisten.

d. Mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang mendalam untuk membeli produk atau jasa secara berkesinambungan dan tidak sensitif terhadap perubahan situasiyang menyebabkan berpindahnya pelanggan.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai suatu prilaku pembelian yang positif yang ditunjukkan oleh pelanggan (nasabah) terhadap perusahaan, merek, toko, pemasok yang dilakukan secara teratur,

konsisten dan berkesinambungan serta berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama. Mendapatkan pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang yang besar bagi perusahaan untuk memperluas jaringan pemasaran, walaupun disatu sisi mempertahankan pelangan yang ada jauh lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan baru karena biayanya jauh lebih besar.[15]

2. Cara Mempertahankan Pelanggan
    a. Meriset pelanggan;tujuan diadakan riset adalah untuk memahami apa yang diinginkan pelanggan.
    b. Membangun hambatan agar pelanggan tidak berpindah.ada tiga macam hambatan yang bisa dilakukan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan pesaing yaitu;
        1) Hambatan fisik, yaitu menyediakan layanna fisik yang dapat memberikan nilai tambahan kepada pelanggan.
        2) Hambatan psikologis, yaitu menciptakan persepsi dalam pikiran pelangan suapaya ia tergantung pada produk arau jasa perusahaan.
        3) Hambatan ekonomi, yaitu dengan memberikan insentif bagi pelanggan yang menguntungkan secara ekonoms misalkan dengan mmberikan diskon atau potongan harga.
    c. Melatih dan memodifikasi staff atau loyal. Karyawan dan staff merupakan faktor penting untuk membangun loyalitas pelanggan,

[15] Kasmir, *manajemen perbankan*, hal 135

ikut sertakan mereka dalam proses tersebut dan memberi pelatihan informasi dukungan dan imbalan agar mereka mau melakukan hal tersebut.

d. Pemasaran untuk loyalitas. Yang dimaksud dengan pemasaran untuk loyalitas adalah pemasran yang menggunakan program-program yang memberi nilai tambah pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen.

3. Tipe loyalitas

a. Cognitive loyalty

Loyalitas pada level ini berdasarkan Cognitive, konsumen berdasarkan informasi yang diterima memperbandingkan produk/jasa yang satu dan lainnya dengan pemilihan keputusan pada informasi yang paling menarik bagi konsumen. Tingakt loyalitas pada tahap ini sangat labil dan konsumen sangat mudah berpindah.

b. *Affective Loyalty*

Loyalitas yang berdasarkan pada Affect dan sangat bergantung pada tinggkat kepuasan dan tidak puasan berdasarkan pada pengalaman konsumen menggunakan produk atau jasa. Perlu menjadi catatan, tidak semua kepuasan konsumen menghasilakn loyalitas. Loyalitas pada tahap ini lebih tibggi tingkatnya dibandingkan congnitive karena pengalaman yang terekam dalam benak konsumen.

c. Conative loyalty

Konsumen menjadi berkomitmen karena percaya dan benar-benar berkeinginan membeli (intention) dan membeli kembali (*repurchase*) atau menjadi loyal.

d. Action loyalty

Pada tinggkat ini intensitas pembelian konsumen menjadikan motivasi konsumen untuk secara terus-menerus membeli dan menjadi kebiasaan membeli produk/jasa.

D. Landasan Syariah

1. Bukti fisik (*tangibles*)

Profesionalitas sebuah koperasi syariah dapat dilihat dari bukti fisik yang ditampilkan. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah koperasi syariah belum dapat dikatakan profesional ketika koperasi tersebut belum mampu menampilkan bukti fisik yang dapat dirasakan oleh anggota dalam proses penyajian jasanya. Oleh karena itu koperasi syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasional sedemikian rupa sehingga anggota merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap koperasi tersebut. Tampilan fisik yang bersih merupakan bagian dari hal ini. Sebagaimana sunnah Rasulullah Saw dalam sabdanya:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ حَدَّثَنَا أَبُو عَامِرٍ الْعَقَدِيُّ حَدَّثَنَا خَالِدُ بْنُ إِلْيَاسَ عَنْ صَالِحِ بْنِ أَبِي حَسَّانَ قَال سَمِعْتُ سَعِيدَ بْنَ الْمُسَيَّبِ يَقُولُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ

الْكَرَمَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ فَنَظِّفُوا أُرَاهُ قَالَ أَفْنِيَتَكُمْ وَلَا تَشَبَّهُوا بِالْيَهُودِ قَالَ فَذَكَرْتُ ذَلِكَ لِمُهَاجِرِ بْنِ مِسْمَارٍ فَقَالَ حَدَّثَنِيهِ عَامِرُ بْنُ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِثْلَهُ إِلَّا أَنَّهُ قَالَ نَظِّفُوا أَفْنِيَتَكُمْ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Basyar telah menceritakan kepada kami Abu 'Amir Al 'Aqadi telah menceritakan kepada kami Khalid bin Ilyas dari Shalih bin Abu Hassan ia berkata; Aku mendengar Sa'id bin Al Musayyab berkata; "Sesungguhnya Allah Maha Baik, dan menyukai kepada yang baik, Maha Bersih dan menyukai kepada yang bersih, Maha Pemurah, dan menyukai kemurahan, dan Maha Mulia dan menyukai kemuliaan, karena itu bersihkanlah diri kalian, " aku mengiranya dia berkata; "Halaman kalian, dan janganlah kalian menyerupai orang-orang Yahudi, " Shalih bin Abu Hassan berkata; Hadits itu aku sampaikan kepada Muhajir bin Mismar, lalu dia berkata; " Amir bin Sa'ad bin Abu Waqqas telah menceritakannya kepadaku dari Ayahnya dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dengan hadits yang semisal, Namun dalam hadits tersebut beliau bersabda: "Bersihkanlah halaman kalian." (HR.Tirmidzi, No 2723)

Berdasarkan hadis di atas maka tampilan fisik yang bersih mencerminkan nilai-nilai islam. Tampilan fisik juga perlu ditunjang dengan mushala di dalam kantor, penampilan karyawan syar’i dan rapi, serta interior kantor yang indah dihiasi kaligrafi islam. Hal ini akan membuat anggota nyaman dan percaya terhadap koperasi.[16]

2. Kehandalan (*reability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Mutu layanan yang paling diprioritaskan oleh

[16] Supian Sauri, skripsi: *analisis pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di pusat koperasi syariah alkamil jawa timur, (Malang:UIN Malik Ibrahim Malang, 2017, hal 26)*

anggota pelanggan, yaitu empati petugas layanan yang senantiasa memiliki tingkat kehadiran pada waktu layanan yang tinggi.

Allah menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana dalam Al-quran surat An-Nahl Ayat 91:

وَأَوۡفُواْ بِعَهۡدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمۡ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلۡأَيۡمَٰنَ بَعۡدَ تَوۡكِيدِهَا وَقَدۡ جَعَلۡتُمُ ٱللَّهَ عَلَيۡكُمۡ كَفِيلًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعۡلَمُ مَا تَفۡعَلُونَ ٩١

”Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa dalam ayat diatas diperintahkan oleh Allah menepati janji dan ikatan serta memelihara sumpah yang telah dikuatkan. Dimaksud dengan *al-aiman* dalam ayat di atas adalah sesuatu yang masuk ke dalam perjanjian dan ikatan, bukan sumpah-sumpah yang diucapakan untuk memberi perintah atau larangan. Selanjutnya dijelaskan bahwa “sesungguhnya Allah melihat apa yang kamu perbuat”. Demikian itu merupakan tekanan sekaligus

ancaman bagi orang-orang yang melanggar janji setelah dia menguatkannya.[17]

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Merupakan kemampuan/kesediaan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan nasabah, kemampuan menyelesaikan keluhan dengan tepat.

Allah memerintahkan kepada setiap muslim untuk tertib dalam setiap urusannya, serta memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitasnya, sebagaimana firman Allah dalam Al-quran surat Al-insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَٱنصَبْ ٧

Artinya "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain".

Dalam tafsir ibnu katsir dijekaskan Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, maksudnya jika engkau telah selesai mengurus berbagai kepentingan dunia dan semua kesibukannya, maka bersungguh-sungguhlah untuk menjalankan ibadah serta melangkahlah kepadanya

[17] Tafsir ibnu katsir diterjemah M. Abdul Ghoffar E.M. et.al (Bogor: Pustaka Imam Asy-syaf'i, 2004), hal 99.

dengan penuh semangat, dengan hati yang kosong lagi tulus serta niat karena Allah.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Sebagaimana firman Allah dalam Al-quran surat Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلۡقَلۡبِ لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَۖ فَٱعۡفُ عَنۡهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ لَهُمۡ وَشَاوِرۡهُمۡ فِي ٱلۡأَمۡرِۖ فَإِذَا عَزَمۡتَ فَتَوَكَّلۡ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya:"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".

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan Allah Swt berfirman ditujukan kepada Rasulullah Saw, mengingatkan atas karunia yang telah diberikan kepadanya dan kepada orang-orang yang beriman, tatkala Allah menjadikan hati beliau lembut kepada umatnya yang mengikuti perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan beliau bertutur kata baik kepada mereka. “maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka kalau bukan rahmat Allah yang diberikan kepadamu dan kepada mereka.[18]

5. Empati (*Emphty*)

Merupakan kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas sampai dengan level terbawal harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Firman Allah dalam Al-quran surat An-nahl ayat 90:

۞إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُ بِٱلۡعَدۡلِ وَٱلۡإِحۡسَٰنِ وَإِيتَآيِٕ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَيَنۡهَىٰ عَنِ ٱلۡفَحۡشَآءِ وَٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡبَغۡيِۚ يَعِظُكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ٩٠

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

[18] Tafsir ibnu katsir, hal 173

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa Allah Swt memberitahukan Dia memerintahkan hamba-hambanya untuk berbuat adil, yakni mengambil sikap tengah dan penuh keseimbangan, serta menganjurkan untuk berbuat kebaikan[19]

E. Kajian Terdahulu

1. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank bri cabang Sukoharjo" yang diteliti oleh Ahmad Riantoro (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari empati dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sedangkan keandalan, jaminan dan daya tanggap tidak berpengaruh secara parsial. Kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji F sebesar 10,676 dengan tingakt signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas nasabah sebesar 54,8%.
2. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Amanah Weleri" yang diteliti oleh Ifa Khairul Janah (2011). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah 73,7%. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,000 yang dibawah alpha 5% yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Weleri.

[19] Tafsir ibnu katsir, hal 96

3. “pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa pengiriman jalur darat” yang diteliti oleh Aris Irnandha (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan di JNE cabang hijrah Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari koefisien mediasi sebesar 0,0887 lebih kecil dari nilai pengaruh langsung 0,409.

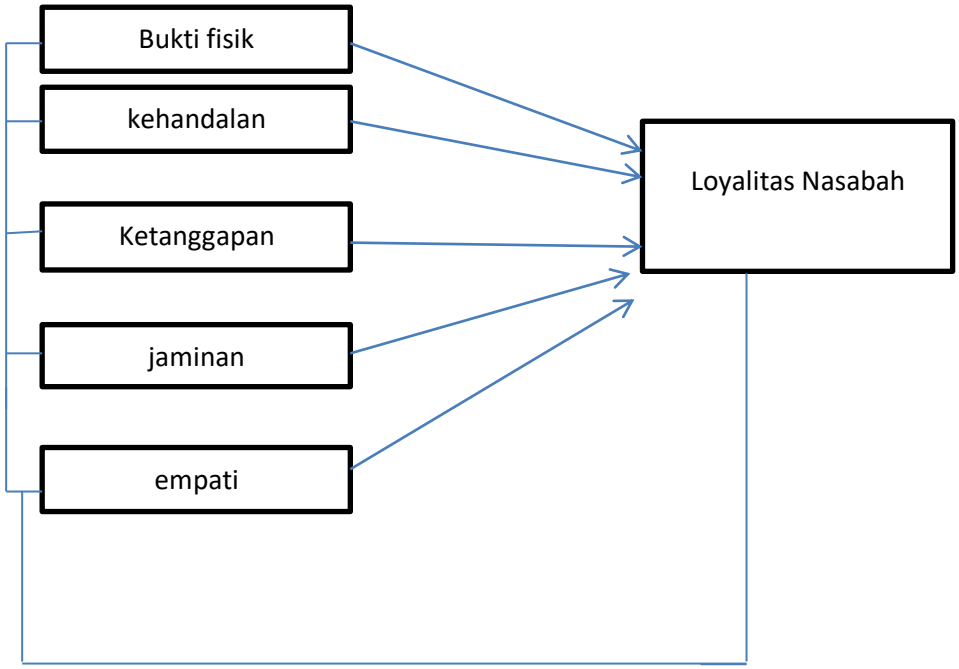
F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka,yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang telah ditetapkan.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu diatas mengenai berbagai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



G. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat dikemukakan hipotesis bahwa kualitas pelayanan bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Peneliti dapat mengetahui berapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta besarnya arah hubungan yang terjadi.[20]

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunkaan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. [21]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek dengan alasan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik

[20]Husein Umar, *metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 25

[21] Suryani, Hendryardi, *metode riset kuantitatif*, (jakarta: prenada media group, 2015), hal 109.

(*tangibles*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*) terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara. Waktu penelitian berlangsung dari 18 Maret sampai disetujui untuk sidang munaqasah.

C. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengamatan langsung atau tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan pedoman penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Dimana objeknya adalah nasabah tabungan tamara.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah menyebarkan angket kepada nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan berbagai pertanyaan secara tulisan untuk memperoleh informasi secara langsung dan mendalam.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

a. Populasi

Diartikan sebagai keseluruhan individu, kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti.[22] Populasi penelitian ini adalah nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak.

b. Sampel

Sampel merupakan sejumlah anggota dan karakteristik yang dipilih dari populasi. Sampel disini adalah nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

c. Teknik sampling

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[23]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang

[22] Jon Kenedi, Metode Penelitian, hal 138-140.
[23] Sugiyono, metode penelitian, (Bandung: Alfabeta,2018), hal 82-84

yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yaitu nasabah tabungan tamara.

E. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya. Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Variabel bebas ini terdiri dari 5 variabel:

X1= Bukti fisik (*Tangibles*)

X2=Kehandalan (*reability*)

X3=Ketanggapan (*responsiveness*)

X4=Jaminan (*assurance*)

X5=Empati (Empati)

2. Variabel Terikat

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat.Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan sebagai pengumpul data dalam suatu penelitian dapat berupa kuesioner, sehingga skala pengukuran instrumen adalah menentukan satuan yang diperoleh, sekaligus jenis data

atau tingkatan data, apakah data tersebut berjenis nominal, ordinal, interval maupun rasio.

Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian, responden diminta untuk mengisi setiap butir pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala *likert* yang memiliki lima alternatif jawaban.

1) SS : sangat setuju skor 5
2) S : setuju skor 4
3) KS : kurang setuju skor 3
4) TS : tidak setuju skor 2
5) STS : sangat tidak setuju skor 1

Adapun yang menjadi instrumen penelitian penulis nantinya yaitu:

Tabel 3.1

Instrumen penelitian

KUALITAS PELAYANAN (X)						
NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bukti Fisik (X1)					
	1. BMT memiliki lokasi yang strategis					
	2. Fasilitas yang dimiliki BMT membuat nasabah nyaman dalam bertransaksi					
	3. Karyawan BMT berpakaian rapi, sopan dan sesuai syariah					

2	Keandalan (X2)					
	1. Karyawan memberikan Pelayanan sesuai dengan harapan nasabah					
	2. Karyawan BMT memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama dengan nasabah					
	3. Karyawan BMT melakukan pencatatan setiap transaksi dengan akurat.					

3	Ketanggapan (X3)	SS	S	KS	TS	STS
	1. Karyawan BMT melayani nasabah yang datang dengan cepat dan tepat dan kerelaan membantu nasabah					
	2. Karyawan BMT merespon setiap keluhan dengan cepat					
	3. Kebijakan karyawan saat menghadapi komplain dari nasabah					
4	Jaminan (X4)					
	1. Kemampuan karyawan BMT dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap BMT					
	2. Karyawan BMT mampu membuat nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi.					
	3. Karyawan BMT mengutamakan kepentingan nasabah					
5	Empati (X5)					
	1. Karyawan BMT dalam memberikan pelayanan tidak memandang status sosial					
	2. Karyawan BMT memberikan pelayanan dengan ramah, senyum dan salam					
	3. Karyawan BMT memberikan perhatian secara individu kepada nasabah					

Loyalitas Nasabah (Y)						
NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS

	1. Saya akan menggunakan produk dan jasa BMT secara berkesinambungan					
	2. Saya akan selalu merekomendasikan kepada teman atau tetangga untuk menjadi nasabah di BMT					
	3. Saya akan menggunakan produk lain yang ditawarkan di BMT selain produk yang saya pilih					
	4. Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BMT sehingga tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari BMT lainnya.					
	5. Saya akan selalu menggunakan pembiayaan dan produk-produk di BMT					

G. Teknis Analisis Data

1. Uji Validitas

   Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode yang secara umum dipakai dengan mengkorelasikan antara skor individu yang diperoleh masing-masing item atau butiran dengan menggunakan skala *likert.* Uji validitas ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur.[24]

2. Uji realibilitas

   Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan suatu instrument. Instrument yang relialible menunjukkan bahwa instrument tersebut akan mampu mengungkap data yang dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS,

[24] Suliyanto, Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran , (Bogor:Ghalia Indonesia, 2005), hal 40.

dengan menggunakan alat ukur ordinal. Uji realibilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Uji menguji realibilitas digunakan teknik cronbach alpa>0,60, dimana pada pengujian ini menggunakan bantuan computer program SPSS.Rumus cronbach alpa adalah sebagai berikut:

$$r_{t1} - \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1\frac{\Sigma x \frac{2}{b}}{x_1^2}\right]$$

Dimana :

r_t1: Reliabilitas

Σ x 2/b :jumlah varians butir

x 2/1 : varians total

k :jumlah kuisioner

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas disini dihitung menggunakan SPSS.

b) Uji Multikolinearitas

Terjadi apabila terdapat hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel, sehingga sulit untuk

memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel itu secara individu terhadap variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk menguji adanya variabel mediasi antara variabel independen dan variabel dependen.[25]

Persamaan dari regresi linear berganda adalah:

Y = a + bX1 + bX2 + bX3 + bX4 + bX5..... + e

Dimana:

Y= Loyalitas Nasabah

a = Nilai Konstan

X1 = Bukti Fisik (*tangibles*)

X2 = Kehandalan (*reability*)

X3 = Ketanggapan (*responsiveness*)

X4 = Jaminan (*assurance*)

X5 = Empati (*empaty*)

[25] Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, (Bandung:CV Pustaka Setia,2006), hal 17.

e = Standar Error

5. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam merangkai variabel terikat, yaitu mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Namun regresi linier berganda sebaiknya menggunakan R *square* yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$

Dimana:

ESS = rata-rata kuadrat regresi

TSS= jumlah total kuadrat

R^2 = koefisien determinasi

6. Uji Parsial (t)[26]

Uji parsial bertujuan untuk mengatasi besarnya pengaruh masing – masing variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent*. Hipotesis yang digunakan adalah :

Menentukan H0 dan H1 :

1. H0 : H1 = 0, berarti tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen.

2. H0 : H1 0, berarti terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen.

[26] Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, hal 18

tingkat signifikan 5 Persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

Jika sig > 0.05, maka H1 diterima

Jika sig < 0.05, maka H1 ditolak

7. Uji Stimulasi (F)

Uji statistik F untuk mencari apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah :[27]

H0 : β1,β2,β3 = 0, variabel independen tidak berpengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

H1 : β1,β2,β3 0, variabel independen berpengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

Pada tingkat signifikan 5 Persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

a. H0 ditokal H1 diterima, apabila F hitung > F tabel, artinya *independent* secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel *dependent* secara nyata.

[27] Sugiyono, *statistik untuk penelitian,* (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2006), hal:19.

b. H0 ditokal H1 diterima, apabila F hitung < F tabel, artinya *independent* secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* secara nyata

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Monografi BMT

1. Sejarah Berdirinya BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

Melihat kebutuhan masyarakat pengusaha kecil dan menengah yang berada di Kabupaten Agam akan modal dan kesulitan untuk mendapatkannya, maka pemerintah Kabupaten Agam berinisiatif untuk membentuk lembaga keuangan syariah yang dapat dijangkau dengan mudah. Hal ini diprakarsai oleh Bapak Aristo Munandar yang pada saat itu menjabat sebagai Bupati Agam. Pendirian BMT merupakan wujud kepedulian pemerintah terhadap terwujudnya masyarakat Agam yang madani, khususnya dibidang perekonomian terutama pada sektor usaha kecil. Maka dari itu dibangun di seluruh Nagari yang terdapat di Kabupaten Agam.

BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak berlokasi di Jorong Pakan Sinayan Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. BMT ini merupakan sebuah koperasi jasa keuangan syariah yang didrikan dalam rangka penanggulangan kemiskinan berbasis masjid oleh masyarakat Nagari Kamang Mudiak..

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak ini didirikan pada tanggal 20 Juli 2008. BMT

Agam Madani didirikan oleh 33 orang anggota dengan dana awal sebesar 20 juta rupiah. Melihat keseriusan masyarakat Kamang Mudiak mendirikan lembaga keuangan syariah

berbasis masjid, Bupati Aristo Munandar membantu penyertaan dana dalam bentuk Hibah sebesar Rp 300.000.000.

Setelah itu dibentuk Latihan Wajib Kelompok (LWK) DI 10 MASJID Nagari Kamang Mudiak untuk memperkenalkan keberadaan BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak.[28]

2. Tujuan, Sifat, Fungsi, Prinsip, Visi dan Misi BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

   a. Tujuan

      BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

   b. Sifat

      BMT merupakan usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional, serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.

   c. Fungsi

      Dalam rangka pencapaian tujuannya, BMT berfungsi:

[28] Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

1) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, kelompok anggota daerah kerjanya.
2) Mempertinggi kualitas SDM anggota Pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global.
3) Manggalang dan mangorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

d. Prinsip

BMT melaksanakan kegiatan dan fungsinya berdasarkan prinsip utama sebagai berikut:

1) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah islam ke dalam kehidupan nyata.
2) Keterpaduan (*kaaffah*) dimana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia.
3) Kekeluargaan
4) Kebersamaan
5) Kemandirian
6) Profesionalisme

7) Istiqamah, konsisten, kontiniutas berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maju ketahap berikutnya dan hanya berharap kepada Allah SWT.

e. Ciri

Ciri utama BMT:

1) Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.
2) Bukan lembaga sosial

f. Visi

Visi BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek adalah untuk mewujudkan masyarakat yang ekonomis, damai dan sejahtera.

g. Misi

BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek memiliki misi sebagai berikut:

1) Mengembangkan kelompok usaha bersama (Pokusma).
2) Menjadikan BMT yang maju, berkembang, terpercaya, aman, nyaman dan transparan.

3) Mengembangkan kegiatan simpan pinjam dengan prinsip syariah.
4) Menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT dan sistem syariah.[29]

3. Produk- Produk BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

a. Produk simpanan

1) Tabungan mandiri sejahtera (Tamara)

Tamara merupakan tabungan yang bisa dipakai oleh seluruh masyarakat dan pengambilannya dapat dilakukan sewaktu-waktu.

2) Tabungan pendidikan anak (Tadika)

Tabungan ini merupakan tabungan yang khusus diperuntukkan bagi para pelajar.

3) Tabungan idul fitri (Taduri)

Taduri merupakan tabungan untuk mempersipkan hari raya idul fitri. Tabungan ini hanya dapat diambil menjelang hari raya idul fitri.

4) Tabungan qurban (Taqurba)

Jenis tabungan ini digunakan oleh nasabah yang ingin ikut berqurban pada hari raya qurban.

5) Tabungan berjangka (Tajaka)

[29] Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

Tabungan berjangka merupakan tabungan yang waktu pengambilannya hanya dapat diambil pada waktu tertentu yang telah disepakati oleh BMT dengan nasabah.

b. Produk pembiayaan

1) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan ini digunakan oleh anggota membutuhkan sarana usaha namun belum mampu membelinytersebut dengan harga dan pembayaran jatuh tempo yang disepakati.

2) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* adalah pembiayaan dengan sistem jual beli, diamana BMT dapat membantu anggotanya dengan membiayai pembelian barang yang diperuntukkan untuk modal usaha anggota tersebut.Harga jual kepada anggota adalah sebesar harga beli (pokok) barang ditambah margin keuntungan yang disepakati sebelumnya antra BMT dengan anggotanya.

3) Pembiayaan Al-*Qard*

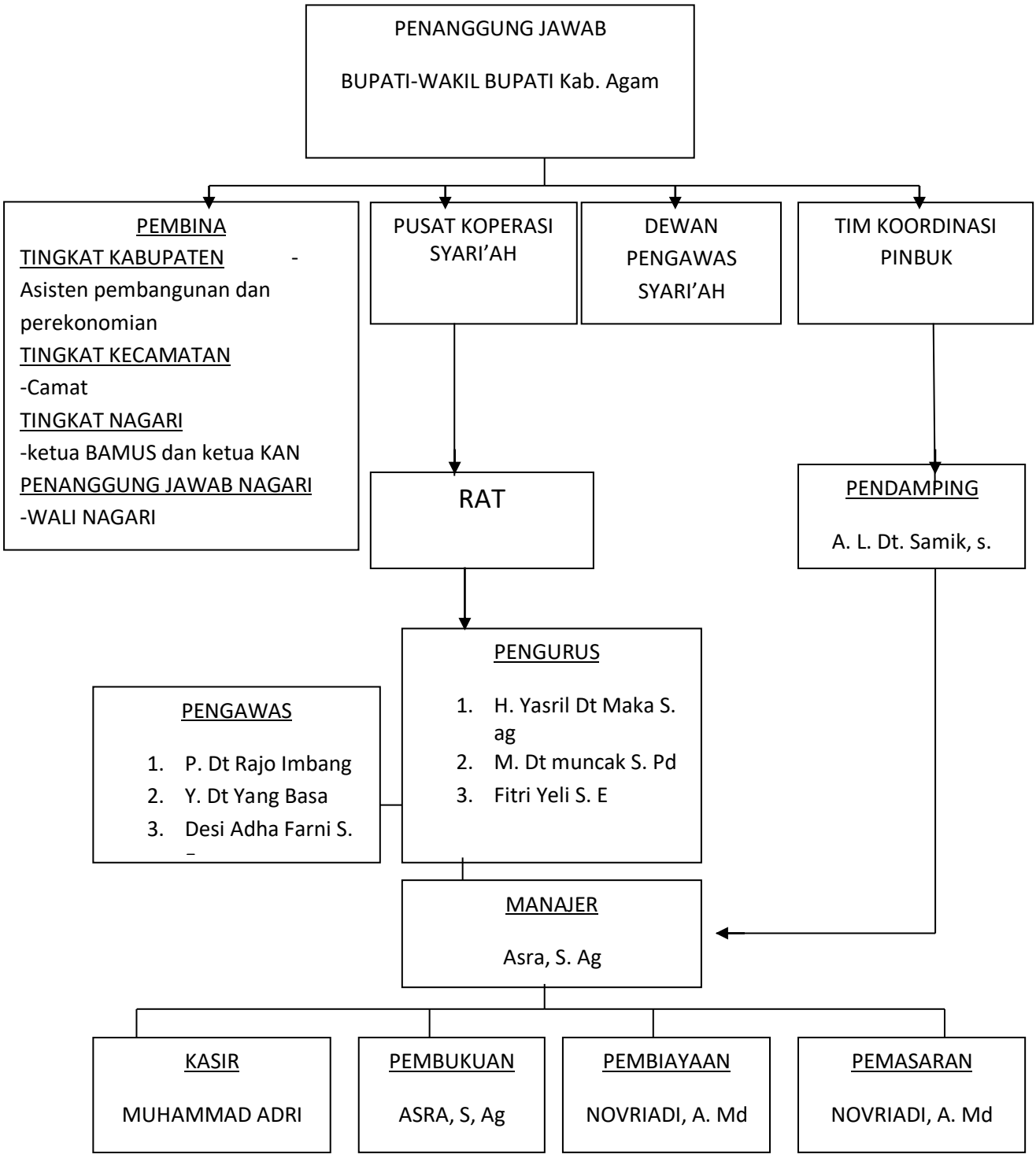
Pembiayaan *Al-Qard* adalah pembiayaan yang diberikan kepada anggota yang tidak mampu atau dalam kesusahan untuk membiayai usahanya yang dinilai produktif dimana anggota tidak dituntut atas bagi hasil maupun margin keuntungan, tetapi mengambilkan pokoknya saja sebesar dana yang dipinjamkan.

Syarat mengajukan pembiayaan :

a) Menjadi anggota penabung di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak
b) Memiliki tekad merubah cara hidup untuk keluar dari kemiskinan.
c) Bersedia memperbaiki niat berusaha, bahwa berusaha bikan hanya mencari keuntungan tetapi meningkatkan kesejahteraan keluarga dan beribadah kepada Allah.
d) Bersedia meningkatkan kedisplinan dalam segala hal.
e) Bersedia menjalin persahabatan sesama penguasaha kecil dan bersama mengembangkan usaha
f) Bekerja keras dan cerdas dalam menjalankan dan mengembagkan usaha serta mau mengikuti pertemuan berkala. [30]

[30] Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

4. Struktur KJKS BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak



Sumber: Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek

B. **Profil Responden**

Jumlah nasabah yang diambil untuk dijadikan sampel berjumlah 75 orang, yang diperlukan adalah karakteristik dari responden karena karakteristik yang berbeda dapat mempengaruhi penilaian dari masing-masing responden. Karakteristik responden yang digunakan oleh peneliti yang diambil saat menyebar angket . Dalam angket responden boleh tidak mengisi nama agar menjaga kerahasiaan yang diberikan oleh responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	12	16%
Perempuan	63	84%
Jumlah	75	100%

Sumber :hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat tentang jenis kelamin nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak yang dijadikan sebagai responden, menunjukkan bahwa perempuan yaitu sebanyak 63 orang atau dan laki-laki berjumlah 12 orang. Dari keterangan diatas disimpulkan bahwa mayoritas nasabah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak yang dijadikan sebagai responden adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Berdasarkan usia

Usia	Jumlah	%
<20	0	0%
21-29	5	6,6%
30-39	23	30,6%
40-49	39	52%
>50	8	10,6%
Jumlah	75	100%

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, pada BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa usia responden berkisar antara <20 tahun berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, responden yang berumur 21-29 berjumlah 5 orang dengan persentase 6,6%, responden yang berumur 30-39 berjumlah 23 orang dengan persentase 30,6%, responden yang berumur 40-49 berjumlah 39 orang dengan persentase 52% dan responden yang berumur > 50 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 10,6%. Sehingga jumlah seluruh responden sebanyak 75 orang di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	%
Pelajar/mahasiswa	0	0%
PNS	5	6,6%
Wiraswasta	4	5,3%
Petani	9	12%
Ibu Rumah Tangga	12	16%
Pedagang	45	60%
Jumlah	75	100%

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, menunjukkan pada BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak yang diambil sebagai reponden, bahwa pekerjaan responden saat ini adalah Pelajar atau Mahasiswa berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, Pegawai Negri Sipil berjumlah 5 orang dengan persentase 6,6%, wiraswasta berjumlah 4 orang dengan persentase 5,3%, petani berjumlah 9 orang dengan persentase 12%, ibu rumah tangga berjumlah 12 orang dengan persentase 16%, dan pedagang 45 orang dengan persentase 60%. Dapat dilihat bahwa mayoritas nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak adalah pedagang.

C. Analisis Deskripsi Jawaban Responden.

Berikut ini adalah penjelasan presentase hasil penelitian setiap variabel dengan tanggapan responden sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju :5
2. Jawaban setuju :4
3. Jawaban kurang setuju :3
4. Jawaban tidak setuju :2
5. Jawaban sangat tidak setuju :1

a. Bukti Fisik (X1)

Dalam penelitian ini diwakili oleh 3 item pernyataan sebagaimana pada tabel 4.5:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (X1)
BMT Memiliki Lokasi Yang Strategis

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	10	13,3**%**
Setuju	29	38,6%
Kurang setuju	25	33,3%
Tidak setuju	9	12%
Sangat tidak setuju	2	2,6
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 10 orang atau 13,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 29 orang atau 38,6%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 25 orang atau 33,3%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 9 orang atau 12%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,6%.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (X1)
Fasilitas Yang Dimiliki BMT Membuat Nasabah Nyaman Dalam Bertransaksi

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	12	16%
Setuju	27	36%
Kurang setuju	32	42,6%
Tidak setuju	4	5,3%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 12 orang atau 16%, responden yang

menyatakan setuju (S) berjumlah 27 orang atau 36%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 32 orang atau 42,6%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 4 orang atau 5,3%.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (X1)
Karyawan di BMT berpakaian rapi, sopan dan sesuai syariah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	13	17,3%
Setuju	26	34,7%
Kurang setuju	34	45,3%
Tidak setuju	2	2,7%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 13 orang atau 17,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 27 orang atau 34,7%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 34 orang atau 45,3%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,7%.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Kehandalan (X2)
Karyawan memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Harapan Nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	14	18,6%
Setuju	35	46,7%
Kurang setuju	24	32%
Tidak setuju	2	2,7%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 14 orang atau 18,6%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 35 orang atau 46,7%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 24 orang atau 32%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,7%.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Kehandalan (X2)
Karyawan BMT Memberikan Pelayanan Yang Baik Saat Kesan Pertama Dengan Nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	19	25,3%
Setuju	31	41,3%
Kurang setuju	24	32%
Tidak setuju	1	1,3%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 19 orang atau 25,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 32 orang atau 41,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 24 orang atau 32%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,3%.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Kehandalan (X2)
Karyawan BMT Melakukan Pencatatan Setiap Transaksi Dengan Akurat

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	8	10,6%
Setuju	34	45,3%
Kurang setuju	31	41,3%
Tidak setuju	2	2,6%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 8 orang atau 10,6%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 34 orang atau 45,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 31orang atau 41,3%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,6%.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Terhadap Ketanggapan (X3)
Karyawan Bmt Melayani Nasabah yang Datang dengan cepat, tepat dan kerelaan membantu nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	18	24%
Setuju	40	53.4%
Kurang setuju	12	16%
Tidak setuju	5	6,7%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 18 orang atau 24%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 40 orang atau 53,4 %, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 12 orang atau 16%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 5 orang atau 6,7%.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Ketanggapan (X3)
Karyawan Bmt Merespon Setiap Keluhan Nasabah Dengan Cepat

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	21	28%
Setuju	36	48%
Kurang setuju	17	22,7%
Tidak setuju	1	1,3%
Sangat tidak setuju	-	-

Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 21 orang atau 28%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 36 orang atau 48 %, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 17 orang atau 22,7%, responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,3%.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Ketanggapan (X3)
Kebijakan Karyawan Saat Menghadapi Komplain dari Nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	28	37,3%
Setuju	42	56%
Kurang setuju	5	6,7%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 28 orang atau 37,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 42 orang atau 56%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 5 orang atau 6,7%.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Jaminan(X4)
Kemampuan Karyawan BMT Dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Nasabah Terhadap BMT

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	13	17,3%
Setuju	34	45,3%
Kurang setuju	23	30,7%
Tidak setuju	5	6,7%

Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 13 orang atau 17,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 34 orang atau 45,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 23 orang atau 30,7%, dan responden yang menyatakan tidak setuju (TS) berjumlah 5 orang atau 6,7%.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Jaminan(X4)
Karyawan BMT Mampu Membuat Nasabah Merasa Aman Dalam Melakukan Transaksi

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	8	10,7%
Setuju	42	56%
Kurang setuju	22	29,3%
Tidak setuju	3	4%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 8 orang atau 10,7%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 42 orang atau 56%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 22 orang atau 29,3%, dan responden yang menyatakan tidak setuju (TS) berjumlah 3 orang atau 4%.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Jaminan(X4)
Karyawan BMT Mengutamakan kepentingan nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	12	16%
Setuju	44	58,7%
Kurang setuju	18	24%
Tidak setuju	1	1,3%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 12 orang atau 16%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 44 orang atau 58,7%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 18 orang atau 24%, dan responden yang menyatakan tidak setuju (TS) berjumlah 5 orang atau 1,3%.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Empati (X5)
Karyawan BMT Dalam Memberikan Pelayanan Tidak Memandang Status Sosial

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	20	26,6%
Setuju	39	52%
Kurang setuju	9	12%
Tidak setuju	7	9,3%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 20 orang atau 26,6%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 39 orang atau 52%, responden yang

menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 9 orang atau 12%, respon yang menyatakan tidak setuju berjumlah 7 orang atau 9,3%.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Empati (X5)
Karyawan BMT Memberikan Pelayanan dengan Ramah, Senyum dan Salam

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	19	25,3%
Setuju	40	53,3%
Kurang setuju	16	21,3%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 19 orang atau 25,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 40 orang atau 53,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 16 orang atau 21,3%.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Empati (X5)
Karyawan BMT Memberikan Perhatian Secara Individual Kepada Nasabah

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	7	9,3%
Setuju	43	57,3%
Kurang setuju	16	21,3%
Tidak setuju	9	12%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 7 orang atau 9,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 43 orang atau 57,3%, responden yang

menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 16 orang atau 21,3%, dan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 9 orang atau 12%.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah(Y)
Saya Akan Menggunakan Produk Dan Jasa BMT Secara Berkesinambungan

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Sangat setuju	12	16%
Setuju	27	36%
Kurang setuju	34	45,3%
Tidak setuju	2	2,7%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 12 orang atau 16%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 27 orang atau 36%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 34 orang atau 45,3%, dan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,7%.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah(Y)
Saya Akan Selalu Merekomendasikan Kepada Teman Atau Tetangga Untuk Menjadi Nasabah di BMT

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Sangat setuju	23	30,7%
Setuju	44	58,7%
Kurang setuju	8	10,7%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 23 orang atau 30,7%, responden yang

menyatakan setuju (S) berjumlah 44 orang atau 58,7%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 8 orang atau 10,7%.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah(Y)
Saya Akan Menggunakan Produk Lain yang Di Tawarkan di BMT Selain Produk yang Saya Pilih

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	19	25,3%
Setuju	43	57,3%
Kurang setuju	10	13,3%
Tidak setuju	3	4%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 19 orang atau 25,3%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 43 orang atau 57,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 10 orang atau 13,3%, dan responden yang menyatakan tidak setuju 3 orang atau 4%.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah(Y)
Saya Merasa Nyaman Atas Pelayanan dan Produk BMT Sehingga Tidak Akan Terpengaruh dengan Tawaran Produk Sejenis dari BMT Lainnya.

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	18	24%
Setuju	46	61,3%
Kurang setuju	11	14,7%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 18 orang atau 24 %, responden yang

menyatakan setuju (S) berjumlah 46 orang atau 61,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 11 orang atau 14,7%.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah(Y)
Saya akan selalu menggunakan pembiayaan dan produk-produk di BMT

Tanggapan	**Jumlah**	**Persentase**
Sangat setuju	12	16%
Setuju	46	61,3%
Kurang setuju	15	20%
Tidak setuju	2	2,7%
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber : hasil penelitian lapangan, 2020 (data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju (SS) dengan jumlah 12 orang atau 16%, responden yang menyatakan setuju (S) berjumlah 46 orang atau 61,3%, responden yang menyatakan kurang setuju (KS) berjumlah 15 orang atau 20%, dan nasabah yang menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2,7%.

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah dengan mengkolerasikan antara skor individu yang diperoleh masing-masing item atau butiran dengan menggunakan skala likert. Suatu indikator pernyataan dikatakan valid apabila korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil analisis program SPSS dengan membandingkan nilai korelasi *product moment,* jika nilai korelasi antar item > 0, 227 maka item tersebut dianggap valid.

Tabel 4.25

Hasil Perhitungan Uji Validitas

Variabel	Butir	Corrected Item-Total Correlation	Nilai r Kritis	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	1	0,808	0,227	Valid
	2	0,704		Valid
	3	0,658	0,227	Valid
Kehandalan (X2)	4	0,293	0,227	Valid
	5	0,524	0,227	Valid
	6	0,518	0,227	Valid
Ketanggapan (X3)	7	0,756	0,227	Valid
	8	0,709	0,227	Valid
	9	0,511	0,227	Valid
Jaminan (X4)	10	0,588	0,227	Valid
	11	0,596	0,227	Valid
	12	0,710	0,227	Valid
Empati (X5)	13	0,647	0,227	Valid
	14	0,493	0,227	Valid
	15	0,543	0,227	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	16	0,515	0,227	Valid
	17	0,702	0,227	Valid
	18	0,388	0,227	Valid
	19	0,702	0,227	Valid

	20	0,263	0,227	Valid

Sumber: hasil pengolahan data primer tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, pengujian validitas dimulai dari uji validitas variabel X_1, X_2, X_3,X_4, X_5 dan Y dari 20 butir pernyataan yang ada, ditemukan semua item pertanyaan valid. Dari uji validitas tersebut semua item pernyataan > 0,227, dengan itu semua item pernyataan dapat digunakan unruk pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keabsahan suatu instrumen. Jika suatu instrumen tersebut *realible* maka menunjukkan bahwa instrumen tersebut mengungkap data yang terpercaya.

Apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih metode yang dapat digunakan adalah *alpha cronbach's*.. Nilai *alpa cronbach's* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.26
Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
, ,836	20

Sumber : hasil pengolahan data primer tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, dapat dilihat bahwa *crobach's alpha* 0,836 > 0,227. Maka dapat disimpulkan bahwa 20 pernyataan dari 75 responden bisa dikatakan reliabel dan semua variabel dapat digunakan sebagai instrumen.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Disini teknik yang peneliti gunakan adalah metode Kolmogorov Smirnov.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh :

Tabel. 4.27
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,25947820
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,044
Kolmogorov-Smirnov Z		,384
Asymp. Sig. (2-tailed)		,998

Sumber : hasil pengolahan data primer tahun 2020.

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan 0,998 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Terjadi apabila terdapat hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan bantuan SPSS diperoleh :

Tabel. 4.28
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.376	2,850		2,939	,004		
	bukti fisik	,309	,089	,340	3,467	,001	,883	1,133
	kehandalan	-,329	,155	-,201	-2,120	,038	,946	1,057
	ketanggapan	,422	,117	,337	3,610	,001	,972	1,029
	jaminan	,375	,121	,300	3,100	,003	,902	1,108
	empati	,213	,131	,154	1,629	,108	,948	1,055

Sumber : hasil pengolahan data primer tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.28 diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* ketiga variabel 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas,

dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

E. Hasil Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji adanya variabel mediasi antara variabel independen dan variabel dependen. Dimana analisis regresi linier berganda untuk menghitung variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), empati (X5), dan loyalitas nasabah (Y) pada BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak. Dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

Tabel 4.29

Hasil Uji Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	2,850		2,939	,004
	bukti fisik	,309	,089	,340	3,467	,001
	kehandalan	-,329	,155	-,201	-2,120	,038
	ketanggapan	,422	,117	,337	3,610	,001
	jaminan	,375	,121	,300	3,100	,003
	empati	,213	,131	,154	1,629	,108

Sumber : hasil pengolahan data primer tahun 2020.

Dari tabel 4.34 diatas maka persamaannya sebagai berikut :

$Y= 8.376+ 0,309X_1 -0,329X_2+0,0422X_3+0,375X_4+0,213X_5$

Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 8.376 berarti, apabila nilai bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati sama dengan nol, maka loyalitas nasabah sebesar 8.376 satuan.
b. Nilai koefisien (b1) pada variabel bukti fisik adalah 0,309 yang artinya setiap perubahan variabel bukti fisik (X1) sebesar 1% maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,309% dengan asumsi variabel bebas yang lain dianggap konstan.
c. Nilai koefisien (b2) pada variabel kehandalan adalah -0,329 yang artinya apabila terjadi pengurangan kehandalan sebesar satu satuan , maka loyalitas akan turun sebesar 0,329.
d. Nilai koefisien (b3) pada variabel ketanggapan adalah 0,422 yang artinya setiap perubahan variabel ketanggapan sebesar 1% maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,422% dengan asumsi variabel bebas lainnya di anggap konstan..
e. Nilai koefisien (b4) pada variabel jaminan adalah 0,375 yang artinya setiap perubahan variabel jaminan sebesar 1% maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,375% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
f. Nilai koefisien (b5) pada variabel empati adalah 0,213 yang artinya setiap perubahan variabel empati sebesar 1% maka akan

meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,213% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

F. Koofisien Korelasi

Analisis korelasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X1, X2, X3,X4,X5) terhadap variabel dependen Y.

Tabel 4.30
Hasil Uji Korelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,645[a]	,416	,374	1,304	,645	9.828	5	69	,000

Sumber : hasil pengolahan data SPSS tahun 2020.

Dari tabel 4.30 diatas, menunjukkan nilai sig. F change < 0,005 maka itu berarti berkorelasi. Sedangkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,645 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan sempurna dan positif karena nilai koefisien korelasinya mendekati 1.

G. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam merangkai variabel terikat, yaitu mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.31
Hasil Uji Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,645[a]	,416	,374	1,304

Sumber : hasil pengolahan data SPSS tahun 2020.

Dari tabel 4.31 di atas, dapat dilihat untuk nilai R square sebesar 0,416 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel variabel bukti fisik, kehandalan ketanggapan, jaminan, empati terhadap loyalitas nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek adalah sebesar 41,6 % sedangkan sisanya 58,4% dipengaruhi variabel lain.

2. Uji T

Uji t bertujuan untuk mengatasi besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Maksudnya untuk mengatasi besarnya pengaruh bukti fisik, kehandalan ketanggapan, jaminan, empati terhadap loyalitas nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

Tabel 4.32
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	2,850		2,939	,004
	bukti fisik	,309	,089	,340	3,467	,001

kehandalan	-,329	,155	-,201	-2,120	,038
ketanggapan	,422	,117	,337	3,610	,001
jaminan	,375	,121	,300	3,100	,003
empati	,213	,131	,154	1,629	,108

Sumber : hasil pengolahan data SPSS tahun 2020.

Pada tabel 4.32 untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent yaitu:

(X1) bukti fisik adalah 3,467 dengan tingkat signifikan 0,001 < dari 0,05 dan nilai T_{hitung} 3.467 > T_{tabel} 1,992 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

(X2) kehandalan adalah 2,120 dengan tingkat signifikan 0,038 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 2,120 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

(X3) ketanggapan adalah 3,610 dengan tingkat signifikan 0,01 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 3,610 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

(X4) jaminan adalah 3,100 dengan tingkat signifikan 0,03 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 3,100 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan jaminan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

(X5) empati adalah 1,629 dengan tingkat signifikan 0,108 > 0,05 dan nilai T_{hitung} 1,629 < T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.

4. Uji F

Uji F untuk mencari apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil analisis uji f dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4.33
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83,602	5	16,720	9,828	,000[b]
	Residual	117,385	69	1,701		
	Total	200,987	74			

Sumber : hasil pengolahan data SPSS tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.33 diatas dapat kita lihat F_{hitung} 9,828 dan sig 0,000. Dari data SPSS diatas dapat diketahui nilai signifikan 0,000

<0,05 dapat disimpulkan bahwa kopetensi variabel independen berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat F_{hitung} 9,828 > F_{tabel} 2,34 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X1, X2, X3,X4, dan X5 secara simultan terhadap Y.

a. Analisa Penulis

Selesai melakukan penelitian lapangan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek, dengan responden sebanyak 75 orang dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk pernyataan yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara atau tidak.

(X1) bukti fisik adalah 3,467 dengan tingkat signifikan 0,001 < dari 0,05 dan nilai T_{hitung} 3.467 > T_{tabel} 1,992 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Semakin tinggi bukti fisik sebagai dimensi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Setelah dilakukan uji statistik maka variabel bukti fisik memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara.

(X2) kehandalan adalah 2,120 dengan tingkat signifikan 0,038 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 2,120 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Setelah dilakukan uji statistik maka variabel kehandalan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara.

(X3) ketanggapan adalah 3,610 dengan tingkat signifikan 0,01 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 3,610 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Setelah dilakukan uji statistik maka variabel ketanggapan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara.

(X4) jaminan adalah 3,100 dengan tingkat signifikan 0,03 < 0,05 dan nilai T_{hitung} 3,100 > T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan jaminan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Setelah dilakukan uji statistik maka variabel jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara.

(X5) empati adalah 1,629 dengan tingkat signifikan 0,108 > 0,05 dan nilai T_{hitung} 1,629 < T_{tabel} 1,992, maka dapat disimpulkan

empati tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. Setelah dilakukan uji statistik maka variabel jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan tamara.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabunga tamara dapat dikemukakan kesimpulan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebagai berikut:

Pertama dilihat pada analisis regresi linier berganda dimana persamaannya didapat adalah Y= 8,376+ $0,309X_1$ - $0,329X_2$+$0,0422X_3$+$0,375X_4$+$0,213X_5$, dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 8,376 berarti, bukti fisik 0,309 mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, kehandalan-0,329 mempunyai pengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah, ketanggapan 0,294 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah, maka konstan keputusan nasabah (Y) 3,019.

Kedua dapat dilihat dari nilai R square sebesar 0,416 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel variabel bukti fisik, kehandalan ketanggapan, jaminan, empati terhadap loyalitas nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek adalah sebesar 41,6 % sedangkan sisanya 58,4% dipengaruhi variabel lain.

B. SARAN

1. Diharapkan BMT Agam Madani Nagari Kamang Magek meningkatkan pelayanan kepada nasabah. BMT harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada nasabah.
2. Semoga penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi BMT dan untuk penelitiam berikutnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Al-Arif, M. Nur Rianto. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Bandung: Alfabeta.

E.M, M. Ghoffar (2004). *Tafsir Ibnu Katsir.* Bogor: Pustaka Imam Asy-syaf'i.

Hasan, Alwi. (2005).*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta:Departemen PendidikanNasional Balai Pustaka.

Hendryardi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif.* Jakarta: Prenada Media Group.

Huda, Nurul. (2016). *Baitul Maal Wa Tamwil: sebuah tinjauan teoritis.* Jakarta: Amzah.

Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan.* Jakarta: PT.Raja Grafindo.

Kenedi, Jon. *Metode Penelitian.*

Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Manan, Abdul. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif KewenanganPeradilan Agama.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Muhammad. (2007). *Lembaga Ekonomi Syariah.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Munandar, Dadang. (2016). *Relationship Marketing; Strategi Menciptakan Keunggulan.* Yogyakarta: Ekuilibria.

Ridwan, Muhammad. (2014). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).* Yogyakarta: UII Press.

Sugiyono. (2006). *Statistik Untuk Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Umar, Husein. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta: Rajawali Pers.

Welta, Fretty. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah. *I-Economic Vol.3.No 2. Desember 2017*, 129.

Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Profil BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek.





ANGKET PENELITIAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda check (√) pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Bapak, Ibu, Saudara/i.

1. Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 21 – 29 tahun

☐ 30– 39 tahun ☐ 40-49 tahun

☐ 50 tahun keatas

2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

3. Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ S1

☐ SMP ☐ S2

☐ SMA ☐ Lainnya

4. Pekerjaan : ☐ Pelajar / Mahasiswa ☐ PNS

☐ Pegawai Swasta ☐ Wiraswasta S2

☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya…

5. Pendapatan : ☐ < 1 juta ☐ 3 s/d 5 juta

☐ 1 s/d 3 juta ☐ > 5 juta

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda tersebut adalah:

a. 5 = sangat setuju (SS)
b. 4 = setuju (S)
c. 3 = kurang setuju (KS)
d. 2 = tidak setuju (TS)
e. 1 = sangat tidak setuju (STS)

KUALITAS PELAYANAN (X)						
NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bukti Fisik (X1)					
	4. BMT memiliki lokasi yang strategis					
	5. Fasilitas yang dimiliki BMT membuat nasabah nyaman dalam bertransaksi					
	6. Karyawan BMT berpakaian rapi, sopan dan sesuai syariah					
2	Keandalan (X2)					
	4. Karyawan memberikan Pelayanan sesuai dengan harapan nasabah					
	5. Karyawan BMT memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama dengan nasabah					
	6. Karyawan BMT melakukan pencatatan setiap transaksi dengan akurat.					

3	Ketanggapan (X3)	SS	S	KS	TS	STS
	4. Karyawan BMT melayani nasabah yang datang dengan cepat dan tepat dan kerelaan membantu nasabah					
	5. Karyawan BMT merespon setiap keluhan dengan cepat					
	6. Kebijakan karyawan saat menghadapi komplain dari nasabah					
4	Jaminan (X4)					
	4. Kemampuan karyawan BMT dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap BMT					
	5. Karyawan BMT mampu membuat nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi.					
	6. Karyawan BMT mengutamakan kepentingan nasabah					
5	Empati (X5)					
	4. Karyawan BMT dalam memberikan pelayanan tidak memandang status sosial					
	5. Karyawan BMT memberikan pelayanan dengan ramah, senyum dan salam					
	6. Karyawan BMT memberikan perhatian secara individu kepada nasabah					

Loyalitas Nasabah (Y)						
NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	6. Saya akan menggunakan produk dan jasa BMT secara berkesinambungan					
	7. Saya akan selalu merekomendasikan kepada teman atau tetangga untuk menjadi nasabah di BMT					
	8. Saya akan menggunakan produk lain yang ditawarkan di BMT selain produk yang saya pilih					

	9. Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BMT sehingga tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari BMT lainnya.					
	10. Saya akan selalu menggunakan pembiayaan dan produk-produk di BMT					