

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
ANGGOTA PADA KJKS BMT ARTHA SEJAHTERA
ROTOWIJAYAN YOGYAKARTA**

**EFFECTS OF SERVICE QUALITY ON MEMBER SATISFACTION
OF KJKS BMT ARTHA SEJAHTERA ROTOWIJAYAN
YOGYAKARTA**

**Nanang Kurniawan
Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Ringroad Selatan, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183. Gedung F.6 Lt. 1. Telp. (0274) 387656. (Psw 130). Faks. (0274)
387646. Home page: <http://www.umy.ac.id>*

Email:

Nanang.Kurniawan019@gmail.com

Tha_ul@umy.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi kesigapan, kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota. Obyek penelitian ini adalah KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang beralamat di Jl. Rotowijayan No. 15, Kadipaten, Kraton, Kota Yogyakarta 55132. Sedangkan subyek pada penelitian ini adalah anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta yang berjumlah 1300 orang anggota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin, dan setelah dihitung dihasilkan angka 92,85, lalu dibulatkan menjadi 100 orang responden. Alat analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan Secara parsial variabel kehandalan ($0,246 > 0,05$) dan jaminan ($0,193 > 0,05$) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota, Sedangkan variabel kesigapan ($0,000 < 0,05$), empati ($0,011 < 0,05$), dan bukti fisik ($0,020 < 0,05$) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota. Secara simultan kualitas pelayanan yang meliputi kesigapan, kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota dengan nilai F hitung sebesar 18.732 dan signifikansinya sebesar ($0,000 < 0,05$). Variabel kesigapan dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Anggota, Pelanggan*

ABSTRACT

This research is a field research aimed to know effects of service quality that include alertness, reliability, guarantee, empathy, and physical evidence on member satisfaction. The objects of the research were KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta located in Rotowijayan No. 15 Kadipaten, Kraton, Kota Yogyakarta 55132. Meanwhile, the subjects of the research were 1300 members of KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta. Simple random sampling, collection of sample members from random populations regardless of the strata existed in the population, was used in this research. The sample of the research was done using slovin formula resulted in 92, 85 after the calculation, but it was made into 100 respondents. The data analysis used in the research were validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination (R^2), F test, and t test. The findings of the research indicate that partially, reliability variable ($0,246 > 0,05$ and guarantee ($0,193 > 0,05$) have no significant effect on member satisfaction, while alertness variable ($0,000 < 0,05$, empathy ($0,011 < 0,05$ and physical evidence ($0,020 < 0,05$) have significant effect on member satisfaction. Simultaneously, service quality consisting of alertness, reliability, guarantee, empathy, and physical evidence significantly gives effect on member satisfaction with F value of 18.732 and its significance ($0,000 < 0,05$). The alertness variable with its significance ($0,000 < 0,05$) is the most influencing variable toward the member satisfaction of KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta.

Key words : *service quality, member satisfaction, costumers*

PENDAHULUAN

Dengan kondisi seperti sekarang ini persaingan antar perusahaan sudah sangat tinggi, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar adalah meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Pemasaran adalah seni dan sains tentang kepuasan pelanggan. *American Marketing Association* mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan, dan menawarkan pertukaran nilai terhadap pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat luas.¹

Pemasaran itu terdapat di mana-mana, bentuk yang dapat dipertukarkan bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga pengalaman, acara, orang, tempat, informasi, ide, industri, bahkan perusahaan. Pertukaran tersebut lebih berhasil apabila masing-masing pihak mendapat nilai-nilai yang memuaskan.²

¹ Harman Maulana, Ph.D, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta CV. Hal : 1

² Ibid, hal : 3

KJKS BMT Artha Sejahtera adalah salah satu perusahaan jasa keuangan yang berbadan hukum koperasi yang orientasinya pada dua kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat sosial dan profit. Kegiatan sosial dari KJKS BMT Artha Sejahtera adalah menerima dan menyalurkan Zakat, Infaq dan Shodaqoh. Sedang untuk kegiatan profitnya yaitu menerima simpanan dari nasabah dan memberikan pinjaman (pembiayaan) kepada anggota / nasabah. Di wilayah Yogyakarta pertumbuhan BMT sangat bagus, terbukti dari kenaikan aset semua BMT setiap tahunnya, sehingga persaingan antar BMT sangatlah ketat, masing-masing mempunyai strategi untuk mendapatkan anggota dan mempertahankannya.³

Ketika penulis melakukan PKL (Praktik Kerja Lapangan) Permasalahan pada pelayanan sering ditemukan dalam KJKS BMT Artha Sejahtera diketahui adanya masalah yaitu, anggota mendapat pengalaman yang kurang memuaskan dari BMT sehubungan dengan pelayanan yang kurang maksimal. Sehingga penulis merasa tertarik untuk mengangkat masalah tersebut kedalam sebuah penelitian dengan tema pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi variabel kesigapan, kehandalan, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan anggota secara parsial dan simultan, serta untuk mengetahui dari kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Pengertian Pemasaran dan Jasa

Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Manajemen pemasaran terjadi karena setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Karena kita memandang manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.⁴

³ *Buku Profil lengkap KJKS BMT Artha Sejahtera – Mandiri Menuju Sejahtera*. Heru Hastyanto (Sekretaris), 2016. Hal : 5

⁴ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13 jilid 1*. Adi Maulana & Wibi Hardani (ed.). Jakarta : Erlangga. Hal : 5

Jasa merupakan suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu hanya berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, bisa juga diartikan sebagai mulai pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat maupun yang tidak dapat dilihat, yang hanya bisa dirasakan sampai kepada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda lainnya.⁵

Dalam Islam, pemasaran yang Islami adalah bagaimana sebuah perusahaan dalam memasarkan produk-produknya mempunyai nilai dan etika Islami. Nilai dan etika Islam ini tentunya tidak terlepas dari (tujuan syariah) *maqasid syariah*. Dimana nilai-nilai ini menggambarkan keunikan yang utama bagi pemasaran Islam, bahkan dalam kenyataannya merupakan kekhasan yang bersifat menyeluruh yang tampak jelas pada segala sesuatu yang berlandaskan ajaran Islam.⁶

Hal yang terlarang dalam pemasaran atau bisnis Islam tidak boleh mengandung unsur gharar (penipuan), maisir (perjudian), haram (terlarang oleh agama), dzalim (tidak adil), risywah (suap), maksiat, dan riba.⁷

Allah berfirman dalam surat Al-baqarah ayat 278 – 279 :⁸

Artinya : “ *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman (278), Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya (279).*” (QS. Al-baqarah : 278 – 279)

Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.⁹

⁵ Farida Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, hal : 15

⁶ Yayan Fauzi. *Manajemen Pemasaran dalam Maqasid Syariah*. (Yogyakarta: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 1 No. 3, November 2015. STEBI Al Muhsin Yogyakarta. Hal : 4)

⁷ Heri Sudarsono, (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi Dan Ilustrasi*, edisi 2. Yogyakarta: Ekonisia, Hal : 10

⁸ Alquran digital versi 2.1. Agustus 2004 Jumadil Akhir 1425 H. (CV. Diponegoro, Bandung)

⁹ M.N. Nasution, 2010, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, hal : 45

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang tidak kasat mata, tidak dapat diraba, dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Jadi, pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan.¹⁰

Sedangkan kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.¹¹

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan ke pelanggan merupakan salah satu penentu keberhasilan pemasaran.¹²

Pada tahun 1988 Berry dan parasuraman melakukan penelitian pada kelompok fokus (*focus group*), baik pengguna maupun penyedia jasa. Akhirnya ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communication*, *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi, yaitu *assurance*. Demikian pula halnya mereka menemukan hubungan yang sangat kuat diantara *access* dan *understanding*, yang kemudian digabung menjadi satu dimensi, yaitu *empathy*. Akhirnya dikemukakan 5 (lima) dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi tersebut adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti fisik).¹³

- 1) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 2) *Reliability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- 3) *Assurance* (jaminan), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 4) *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

¹⁰ Daryanto & Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Bintoro (ed.), Yogyakarta: Gava Media Hal : 135

¹¹ Rendra Wirawan, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak di Kabupaten Lumajang*. (Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Pajak, vol 1 no 2- juli 2017). Hal:58

¹² Heri Setyawan, Maria Magdalena Minarsih, Aziz Fathoni. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. (Semarang : Jurnal Manajemen, Universitas Pandanaran Semarang Vol 2 No 2 – Maret 2016). Hal : 3

¹³ Farida Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, hal : 51

5) *Tangible* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Dalam Islam, beramal atau bekerja itu juga harus dilakukan dalam bentuk saleh sehingga dikatakan amal saleh, yang secara harfiah berarti sesuai, yaitu sesuai dengan standar mutu. Pekerjaan itu diawasi oleh Allah, Rasul dan masyarakat, oleh karena itu harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.¹⁴

Sebagaimana Allah telah berfirman dalam Alquran di surat At-Taubah ayat 105:¹⁵

Artinya: *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan".* (QS. At-Taubah : 105)

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Jika seandainya umat Islam mau menerapkan ajaran-ajaran dalam Al-quran, maka bisa dipastikan bahwa umat Islam adalah umat yang paling menjunjung tinggi profesionalisme kerja dan pelayanan yang prima.¹⁶

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain jujur, amanah, tidak menipu, menepati janji, rendah hati, tidak lupa akhirat (beribadah).¹⁷

Kepuasan Anggota / Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan dengan harapannya, dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas, dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.¹⁸

¹⁴ Mohammad Irham. *Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*. (Aceh: Jurnal Substantia, Vol 14 No 01, April 2012. Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry Aceh). Hal : 6

¹⁵ Alquran digital versi 2.1. Agustus 2004 Jumadil Akhir 1425 H. (CV. Diponegoro, Bandung)

¹⁶ Rafidah. *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*. (Jambi: Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN STS Jambi. Vol. 10 No. 2, Desember 2014). Hal: 10

¹⁷ Ibid, Hal : 12

¹⁸ Daryanto & Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Bintoro (ed.), Yogyakarta: Gava Media, Hal : 111

Memahami dan mengetahui dengan benar serta menafsirkan keinginan pelanggan adalah jauh lebih mudah diucapkan daripada dilakukan dengan tindakan. Dalam hal ini pemasar perlu mengetahui keinginan pelanggan melalui hal-hal berikut :¹⁹

- 1) Apa yang dipikirkan pelanggan tentang produk kita dan produk pesaing.
- 2) Apa yang dipikirkan pelanggan tentang kemungkinan perbaikan dalam produk kita
- 3) Bagaimana pelanggan menggunakan produk kita
- 4) Bagaimana sikap konsumen terhadap produk kita
- 5) Bagaimana penilaian mereka tentang harga produk dan jasa kita.

Anggota adalah bisa berarti bagian tubuh, misal tangan, kaki, kepala. Bisa berarti juga orang atau manusia yang turut serta dalam sebuah perkumpulan.²⁰

Dalam sebuah koperasi, istilah anggota mempunyai pengertian orang-orang atau badan hukum koperasi yang memiliki kepentingan yang sama yaitu sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi itu sendiri, berpartisipasi aktif untuk mengembangkan usaha koperasi dan syarat-syarat lain ditentukan dalam anggaran dasar koperasi serta terdaftar dalam buku anggota.²¹

Sedangkan istilah anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera adalah nasabah yang mempunyai tabungan atau pinjaman yang jumlahnya di atas Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah). Akan tetapi, masih ada kesepakatan antara nasabah dengan pihak BMT. Pihak BMT menawarkan kepada nasabah untuk menjadi anggota. Setelah itu tinggal keputusan nasabah itu sendiri untuk memutuskan mau atau tidak untuk bergabung menjadi anggota di KJKS BMT Artha Sejahtera. Bagi yang menjadi anggota, setiap satu bulan harus membayar iuran anggota sebesar Rp. 10.000,00 (sepuluh ribu rupiah). Dan setiap satu tahun sekali diadakan RAT (Rapat Anggota Tahunan), yang biasanya dilaksanakan pada bulan februari.

¹⁹ Harman Maulana, Ph.D, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta CV. Hal : 218

²⁰ Suharso & Ana Retnoningsih. 2014. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Semarang : Widya Karya, Hal : 43

²¹ <http://gemaskop.blogspot.co.id/2011/10/pengertian-anggota-koperasi.html?m=1>. Diakses pada tanggal 16 november 2017

Indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan adalah :²²

1) Tetap Loyal.

Pelanggan atau konsumen yang puas atas pelayanan sebuah perusahaan pasti akan tetap setia terhadap perusahaan tersebut.

2) Membeli produk baru yang ditawarkan.

Jika pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan sudah baik dan membuat konsumen merasa puas, maka ketika perusahaan menawarkan produk terbaru kepada konsumen atau pelanggan, pasti pelanggan akan membeli atau menggunakannya.

3) Merekomendasikan produk.

Pelanggan yang merasa puas atas produk atau jasa yang mereka gunakan, pasti akan bercerita atau merekomendasikan ke orang lain supaya menggunakan produk yang sama karena sudah terbukti kualitasnya.

4) Bersedia membayar lebih.

Pelanggan akan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih mahal pelanggan berfikir kualitas menjadi lebih baik.

5) Memberi masukan.

Kebutuhan konsumen setiap waktu pasti berubah. konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai. Perusahaan harus mendengarkan masukan dari pelanggan agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam Islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.²³

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada Allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan baik dengan

²² Rizal Wahyu Kusuma. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Somorset Surabaya Hotel*. (Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 4 No. 12, Desember 2015. STIESIA Surabaya. Hal : 5)

²³ Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya*. (Surabaya: Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4, April 2015. Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Airlangga). Hal : 6

sesama manusia). Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-quran Surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada pelanggannya.²⁴

Allah berfirman dalam QS. Ali-Imran ayat 159 :²⁵

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”*. (QS. Ali-Imran : 159)

Pada penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Tri Hari Koestanto²⁶, penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu: sikap bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara positif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi perbankan di PT Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya.

Kusuma Wijayanto²⁷, penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu: sikap bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel bukti fisik dan ketanggapan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BANK Jateng Syariah Cabang Surakarta, sedangkan untuk variabel jaminan, keandalan, dan perhatian masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BANK Jateng Syariah Cabang Surakarta.

Perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sendiri adalah : Pada penelitian sebelumnya selalu tertuju kepada nasabah. sedangkan peneliti sendiri meneliti terhadap anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.

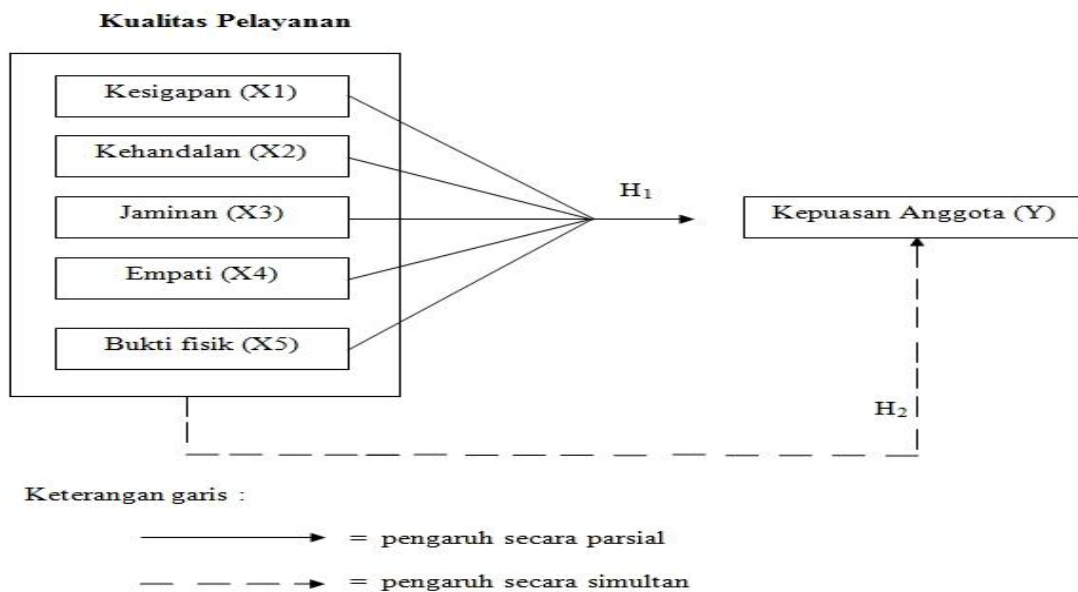
²⁴ Ibid, Hal : 9

²⁵ Alquran digital versi 2.1. Agustus 2004 Jumadil Akhir 1425 H. (CV. Diponegoro, Bandung)

²⁶ Tri Hari Koestanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank JATIM Cabang Klampis Surabaya*. (Surabaya:Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3. No. 10, STIESIA, 2014)

²⁷ Kusuma Wijayanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BANK Jateng Syariah Cabang Surakarta*. (Surakarta:Jurnal Pasca Sarjana UMS, 2014)

Kerangka pemikiran



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif atau dinamakan metode tradisional, Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.²⁸ Penelitian ini dilakukan pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, Jl. Rotowijayan No. 15, Kadipaten, Kraton, Kota Yogyakarta 55132.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya²⁹. Dalam penelitian ini populasinya adalah anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera. Jumlah anggota ada 1300 orang anggota.

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁰ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu³¹.

²⁸Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta hal : 7

²⁹ Ibid, hal : 80

³⁰ Ibid, hal : 81

³¹ Ibid, hal : 82

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin³².
Sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e² : taraf kesalahan 10%

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

$$n = \frac{1300}{1 + 1300(0,1)^2}$$

$$n = 92,85$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang (responden).

Metode pengumpulan data

- 1) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³³
- 2) Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain yang ada dalam lapangan.³⁴

Variabel penelitian

- 1) Variabel bebas (independent) (X).

X₁ kesiapan, X₂ kehandalan, X₃ jaminan, X₄ empati, X₅ bukti fisik.

- 2) Variabel terikat (dependent) (Y).

Indikator untuk mengukur kepuasan anggota dalam penelitian ini adalah tetap loyal, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, dan memberi masukan.³⁵

³² Purnama Sari & Bahrum Jamil, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan* : Jurnal Administrasi Publik 4 (1) 2016, Universitas Medan Area, Hal : 3

³³ Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta hal : 142

³⁴ Ibid, hal : 145

³⁵ Rizal Wahyu Kusuma. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Somorset Surabaya Hotel*. (Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 4 No. 12, Desember 2015. STIESIA Surabaya. Hal : 5)

Uji kualitas instrumen

- 1) Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi (r) $< 0,05$.³⁶
- 2) Uji Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Nilai yang digunakan untuk mengukur instrument menggunakan nilai *cronbach alpha*. Secara empiris, diberikan ketentuan bahwa *cronbach alpha* $> 0,6$ mengindikasikan reliabilitas konsistensi internal yang tidak memuaskan.³⁷

Analisis data

- 1) Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang melibatkan satu variabel dependen (terikat) dan dua atau lebih variabel independent (bebas).³⁸ Rumus regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$
- 2) Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur ketepatan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Nilai R^2 yang mendekati angka 1 berarti model yang digunakan sangat tepat dan jika nilai R^2 yang mendekati angka 0 berarti model yang digunakan kurang tepat.³⁹
- 3) Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial (sendiri-sendiri) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel dependent. dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa.⁴⁰
- 4) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).⁴¹

³⁶ Susanto & Arriza Rifahdi Aulia. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, Kepuasan Pelanggan dan Citra terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di DIY*. (Yogyakarta: Artikel UMY, 2015, hal : 5)

³⁷ Ibid, hal : 6

³⁸ Staff Asisten Ekonometri, 2017. *Buku Panduan Praktikum Ekonometri*. Yogyakarta : Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian, UMY. Hal : 13

³⁹ Ibid, hal : 11

⁴⁰ Ibid, hal : 15

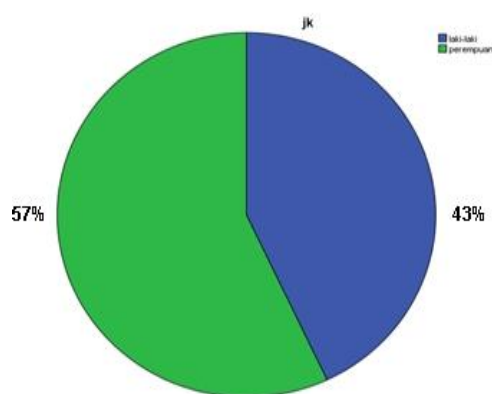
⁴¹ Ibid, hal : 14

Hipotesis

- 1) Secara parsial kualitas pelayanan yang meliputi variabel kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian), bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.
- 2) Secara simultan bukti fisik, kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.
- 3) Variabel kesigapan (daya tanggap) adalah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

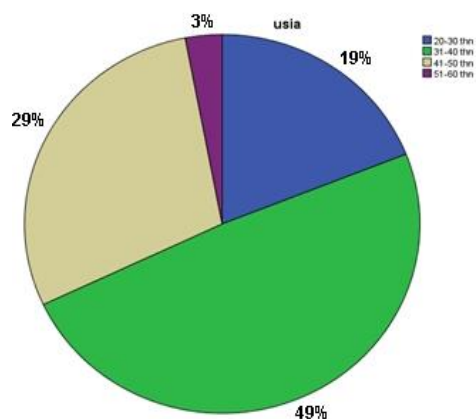
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa dari 100 anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan yang menjadi responden terdiri dari anggota laki-laki sebesar 43 orang atau 43% dan anggota wanita sebesar 57 orang atau 57%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan.

Sumber : Data primer diolah, 2017

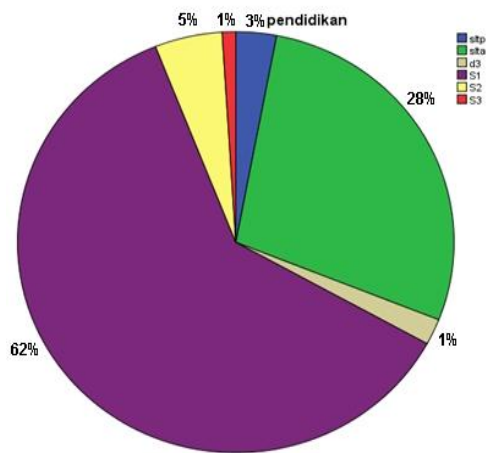
Karakteristik responden berdasarkan usia



Responden paling banyak adalah yang berumur 31-40 tahun sebanyak 49 orang atau 49%, kemudian diikuti oleh anggota yang berumur 41-50 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, yang berumur 20-30 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, dan yang berumur 51-60 tahun sebanyak 3 orang atau 3%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 49 responden.

Sumber : Data primer diolah, 2017

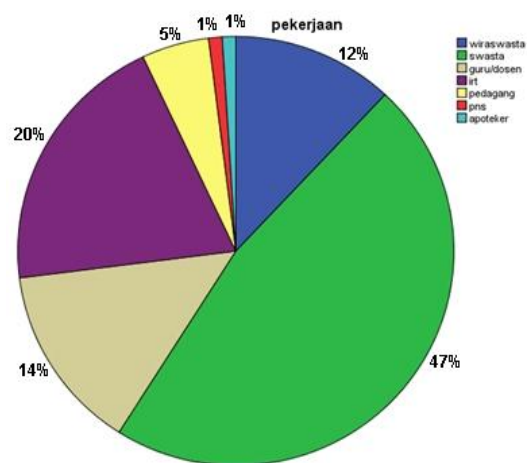
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir



Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden/anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan paling banyak pendidikan terakhir yaitu S1 sebanyak 62 orang atau 62%, kemudian di ikuti SLTA sebanyak 28 orang atau 28%, S2 sebanyak 5 orang atau 5%, SLTP sebanyak 3 orang atau 3%, D3 sebanyak 1 orang atau 1% dan S3 sebanyak 1 orang atau 1%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden paling banyak adalah yang berpendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 62 orang.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan



Sumber : Data primer diolah, 2017

Data tersebut menjelaskan bahwa status pekerjaan responden sebagian besar swasta sebanyak 47 orang atau 47%, kemudian ibu rumah tangga sebanyak 20 orang atau 20%, guru/dosen sebanyak 14 orang atau 14%, wiraswasta 12 orang atau 12%, pedagang sebanyak 5 orang atau 5%, sebagai PNS ada 1 orang atau 1%, dan apoteker ada 1 orang atau 1%. Kesimpulannya bahwa kebanyakan responden bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 47 orang.

Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Variabel	Pertanyaan	R Hitung (Bivariate Pearson)	R Tabel	Keterangan
Daya tanggap / kesigapan	X1.1	0,621	0,196	Valid
	X1.2	0,603	0,196	Valid
	X1.3	0,619	0,196	Valid
	X1.4	0,650	0,196	Valid
	X1.5	0,678	0,196	Valid
Keandalan	X2.1	0.467	0,196	Valid
	X2.2	0.541	0,196	Valid
	X2.3	0.708	0,196	Valid
	X2.4	0.567	0,196	Valid
	X2.5	0.292	0,196	Valid
Jaminan	X3.1	0.610	0,196	Valid
	X3.2	0.484	0,196	Valid
	X3.3	0.466	0,196	Valid
	X3.4	0.527	0,196	Valid
	X3.5	0.540	0,196	Valid
Empati / perhatian	X4.1	0.616	0,196	Valid
	X4.2	0.479	0,196	Valid
	X4.3	0.602	0,196	Valid
	X4.4	0.612	0,196	Valid
	X4.5	0.412	0,196	Valid
Bukti fisik	X5.1	0.689	0,196	Valid
	X5.2	0.514	0,196	Valid
	X5.3	0.714	0,196	Valid
	X5.4	0.596	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dalam hitungan sebelumnya ada satu data yang tidak valid, sehingga data tersebut dikeluarkan lalu dilakukan penghitungan kembali dan diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $R_{table} = 0,196$, sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

Uji Validitas Instrumen Kepuasan Anggota

Variabel	Pertanyaan	R Hitung (Bivariate Pearson)	R Tabel	Keterangan
Tetap Loyal	Y1.1	0,649	0,196	Valid
	Y1.2	0,653	0,196	Valid
	Y1.3	0,656	0,196	Valid
Membeli produk baru yang ditawarkan	Y2.1	0.486	0,196	Valid
	Y2.2	0.713	0,196	Valid
	Y2.3	0.658	0,196	Valid
Merekomendasikan Produk	Y3.1	0.755	0,196	Valid
	Y3.2	0.771	0,196	Valid
	Y3.3	0.785	0,196	Valid
Bersedia Membayar Lebih	Y4.1	0.789	0,196	Valid
	Y4.2	0.740	0,196	Valid
	Y4.3	0.800	0,196	Valid
Memberi masukan	Y5.1	0.469	0,196	Valid
	Y5.2	0.584	0,196	Valid
	Y5.3	0.299	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data di atas diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari R table = 0,196 sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronsbach's Alpha	Nilai Kritis	Status
Kualitas Pelayanan	0,901	0,6	Reliabel
Kepuasan Anggota	0,906	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Analisis regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.353	6.030		2.048	.043
Daya_tanggap	1.107	.301	.381	3.675	.000
Keandalan	.399	.342	.118	1.166	.246
Jaminan	-.361	.275	-.117	-1.312	.193
Perhatian	.552	.212	.218	2.604	.011
bukti_fisik	.673	.285	.238	2.361	.020

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data primer diolah, 2017

Persamaan regresi berganda berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

$$Y = 12.353 + 1.107 \cdot X_1 + 0.399 \cdot X_2 + -0.361 \cdot X_3 + 0.552 \cdot X_4 + 0.673 \cdot X_5$$

Uji t (parsial)

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Variabel X_1 (Daya tanggap / kesigapan)

Daya tanggap / kesigapan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,000) < 0,05$.

2) Variabel X_2 (Keandalan)

Keandalan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,246) > 0,05$.

3) Variabel X_3 (Jaminan)

Jaminan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,193) > 0,05$.

4) Variabel X₄ (Perhatian)

Perhatian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung (0,011) < 0,05.

5) Variabel X₅ (Bukti fisik)

Bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung (0,020) < 0,05.

Uji F (simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3345.367	5	669.073	18.732	.000 ^a
Residual	3357.593	94	35.719		
Total	6702.960	99			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, perhatian, jaminan, keandalan, Daya_tanggap

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh bahwa nilai F-hitung sebesar 18.732. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05, maka berarti bahwa kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.

Koefisien determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.472	5.977

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, perhatian, jaminan, keandalan, Daya_tanggap

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan analisis koefisien determinasi untuk persamaan regresi diperoleh koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,472 atau 47%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Anggota dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 47 %. sedangkan sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kesigapan/daya tanggap (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan. ditunjukkan dengan nilai sig t hitung $(0,000) < 0,05$. Yang berarti kesigapan dalam sebuah pelayanan sudah ditunjukkan dan dilaksanakan dengan baik oleh karyawan BMT. Sudah semestinya bahwa dalam memberi pelayanan yang sigap, kecakapan dalam pelayanan, menciptakan respon yang positif sebagai respon timbal balik antara KJKS BMT Artha Sejahtera rotowijayan dan anggota, guna memberikan pelayanan yang baik. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Variabel kehandalan (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan. Bisa dilihat dari sig t hitung $(0,246) > 0,05$. Ini disebabkan masih adanya keluhan dari para anggota terhadap jam operasional BMT yang kurang, yang hanya beroperasi selama 5 hari kerja, senin – jum'at dan sabtu tutup. Lalu disebabkan juga dalam hal ketepatan dalam berjanji yang diucapkan karyawan BMT kepada anggota. Karyawan seharusnya lebih berhati-hati ketika memberi janji kepada anggota. Karena dengan tidak ditepatinya janji itu akan membuat anggota merasa kecewa. Dengan demikian H_1 ditolak dan H_0 diterima.
3. Variabel jaminan (X_3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan. Ditunjukkan oleh sig t hitung $(0,193) > 0,05$. Ini dikarenakan masih adanya keluhan dari anggota menganggap pembagian SHU (Sisa Hasil Usaha) yang diberikan terlalu kecil, pelaksanaan ZIS (Zakat Infaq Sadaqah) yang kurang diketahui oleh anggota karena kurangnya sosialisasi dari BMT, dan penarikan jenis simpanan yang jumlahnya besar tidak bisa langsung cair karena BMT tidak berani menyimpan kas dengan jumlah besar dikarenakan alasan keamanan. Itu semua harus menjadi perhatian bagi pihak BMT dan juga sebagai evaluasi supaya kedepannya lebih baik lagi. Dengan demikian H_1 ditolak dan H_0 diterima.
4. Variabel empati/perhatian (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,011) < 0,05$. Secara operasional KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan sudah bisa menerapkan perhatian kepada anggota dengan baik. Ini berarti karyawan BMT tidak membeda-

bedakan anggota dan karyawan telah memberikan perhatian dengan baik pada pelayanan yang dilakukan kepada anggota. Sehingga anggota merasa puas dengan perhatian yang diberikan oleh karyawan BMT. Pelayanan seperti ini harus terus dipertahankan oleh BMT dan diharapkan para anggota bisa tetap puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

5. Variabel bukti fisik (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,020) < 0,05$. Ini berarti bentuk bukti fisik yang ada dalam BMT, seperti bangunan yang menarik, tersedianya tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, dan kebersihan yang selalu dijaga, sehingga membuat anggota merasa puas dan nyaman. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
6. Berdasarkan hasil Uji F, menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang meliputi kesigapan, kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan / bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota. Ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 18.732, sedangkan signifikansinya sebesar $(0,000) < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang dilaksanakan sudah berjalan dengan baik oleh para karyawan, sehingga membuat para anggota merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Tetapi juga ada beberapa hal juga yang perlu menjadi evaluasi karyawan BMT, seperti pemberian SHU, pelaksanaan ZIS, untuk diperbaiki sehingga kedepannya diharapkan sudah tidak ada keluhan dari para anggota. Dengan demikian H_2 diterima dan H_0 ditolak.
7. Variabel kesigapan/daya tanggap (X_1) adalah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota dengan nilai t hitung $(0,000) < 0,05$. Memberi pelayanan dengan sigap harus terus dilakukan dan dipertahankan oleh karyawan BMT. Karena sudah terbukti jika karyawan memberi pelayanan dengan sigap para anggota merasa sangat puas dengan pelayanan yang mereka terima. Dengan demikian H_3 diterima dan H_0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Buku Profil lengkap KJKS BMT Artha Sejahtera – Mandiri Menuju Sejahtera. Heru Hastyanto (Sekretaris), 2016

Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media

Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction.* (edisi 3). Yogyakarta : Andi.

Farida Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia

Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS.* 21. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro

Harman maulana, Ph.D, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global.* Bandung: Alfabeta CV

Heri Sudarsono, (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi Dan Ilustrasi*, edisi 2. Yogyakarta: Ekonisia

M.N. Nasution, 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia

M. Toha Anggoro, dkk, 2011. *Buku Materi Pokok Metode Penelitian*, edisi 2. Jakarta : Universitas Terbuka

Nar Heryanto & Akib Hamid. 2011. *Buku Materi Pokok Statistika Dasar.* Jakarta: Universitas Terbuka

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 13 jilid 1. Adi Maulana & Wibi Hardani (ed.). Jakarta : Erlangga

Philip Kotler & Keller, 2012. *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson. Prentice Hall.

Rambat Lumpiyoadi dan A. Hamdani, 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Salemba Empat

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Staff Asisten Ekonometri, 2017. *Buku Panduan Praktikum Ekonometri.* Yogyakarta : Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian, UMY.

Suharso & Ana Retnoningsih. 2014. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap.* Semarang : Widya Karya

JURNAL

Affan Madjid Khabibullah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Bukit Annur Kabupaten kendal*. (Surakarta: Jurnal UMS,2013)

Ahmad Guspul, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo*. (Wonosobo: Jurnal PPKM UNSIQ 1, 2014)

Eddo Rakasiwi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada BMT Perkasa Semarang*. (Semarang : Jurnal Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, 2012)

Fadma Yulianti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada BANK PANIN TBK KCP A. Yani Banjarmasin*.(Banjarmasin: Jurnal STIE Indonesia, 2013)

Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya*. (Surabaya: Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4, April 2015. Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Airlangga).

Heri Setyawan, Maria Magdalena Minarsih, Aziz Fathoni. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. (Semarang : Jurnal Manajemen, Universitas Pandanaran Semarang Vol. 2 No. 2 – Maret 2016)

Kusuma Wijayanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BANK Jateng Syariah Cabang Surakarta*. (Surakarta: Jurnal Pasca Sarjana UMS, 2014)

Mohammad Irham. *Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*. (Aceh: Jurnal Substantia, Vol 14 No 01, April 2012. Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry Aceh)

Purnama Sari & Bahrum Jamil, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan*. (Medan : Jurnal Administrasi Publik 4 (1) 2016, Universitas Medan Area)

Rafidah. *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*. (Jambi: Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN STS Jambi. Vol. 10 No. 2, Desember 2014)

Rendra Wirawan, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Di Kabupaten Lumajang*. (Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Pajak, Vol. 1 No. 2 - Juli 2017)

Rizal Wahyu Kusuma. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Somorset Surabaya Hotel*. (Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 4 No. 12, Desember 2015. STIESIA Surabaya)

Susanto & Arriza Rifahdi Aulia. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, Kepuasan Pelanggan dan Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di DIY.* (Yogyakarta: Artikel UMY, 2015)

Tri Hari Koestanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank JATIM Cabang Klampis Surabaya.* (Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3. No. 10, STIESIA, 2014)

Wahibur Rokhman, *Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus.* (Kudus : Jurnal Vol. 9 No. 2, 2016. STAIN Kudus)

WEBSITE

Alquran digital versi 2.1. Agustus 2004 Jumadil Akhir 1425 H. (CV. Diponegoro, Bandung)

<http://gemaskop.blogspot.co.id/2011/10/pengertian-anggota-koperasi.html?m=1>.

Diakses pada tanggal 16 november 2017

<http://nurhidayanto.blogspot.co.id/2009/04/bmt-artha-sejahtera-rotowijayan-andalan.html?m=1>

Diakses pada tanggal 19 oktober 2017

<http://rumushitung.com/2013/06/08/tabel-r-statistika-dan-cara-membacanya/>

Diakses pada tanggal 25 oktober 2017

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI
NIK : 19810525200910113038

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :


Nama : Nanang Kurniawan
NPM : 20130730070
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam
Judul Naskah Ringkas : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Retowijayan Yogyakarta

Hasil Tes Turnitin* : 15%

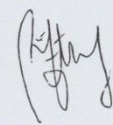
Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 04 Januari 2018

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi dan Perbankan Islam


(Dr. Maesyarah, M.A.)

Dosen Pembimbing Skripsi,


(Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.