

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
NASABAH LEMBAGA KEUANGAN BMT INSAN KAMIL SOLO****ErniWidiastuti****Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta  
Erni\_widiastuti76@yahoo.com****ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.2) Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa penilaian responden tentang penilaian dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil analisa data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : 1) Terdapat pengaruh bukti fisik, kendala, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil, 2) Terdapat pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan Insan Kamil Solo. Dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang memiliki nilai positif sebesar 0,851, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo dijelaskan oleh variabel bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, daya tanggap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, dan empati/ *em-phaty* sebesar 85,1 % dan sisanya sebesar 14,9 % menggambarkan adanya variasi bebas lain yang tidak diamati dalam penelitian ini

**Kata Kunci : Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.**

## PENDAHULUAN Latar

### Belakang Masalah

Banyaknya lembaga keuangan yang berdiri menjadikan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan akan produk lembaga keuangan yang ditawarkan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama lembaga keuangan yaitu kredit dan pelayanannasabah. Keduakompone-  
ninerupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan mudah ditiru. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dibandingkan pesaingnya (Sofyan, 2009:273).

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami

dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang mencakup harapan tentang bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*). (Tjiptono, 2000 : 15).

Lembaga keuangan yang saat ini ada dominan dengan sistem bunga (konvensional). Sementara bunga dalam lembaga keuangan menurut

pandangan sebagian besar ulama Islam adalah identik dengan riba. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank dengan sistem syariah (prinsip bagi hasil) dalam istilah Indonesia dinamakan dengan Balai Usaha Mandiri Terpadu (BMT). Sedangkan bentuk badan usaha yang paling tepat untuk BMT adalah koperasi. Perbedaan yang paling pokok dalam lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah adalah penetapan sistem bagi hasil sebagai alternatif dari sistem bunga. Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait, Prinsip utama yang diikuti oleh lembaga keuangan Islam itu adalah larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi, melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah dan

memberikan zakat. Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta promosi yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di BMT terhadap tingkat kepuasan nasabahnya.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pokok dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah variabel bukti fisik/ *tangibles* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?
- b. Apakah variabel keandalan/ *reliability* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasab-

- bah pada lembaga keuangan BMT  
Insan Kamil Solo?
- c. Apakah variabel daya tanggap/*responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?
  - d. Apakah variabel jaminan/*assurance* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?
  - e. Apakah variabel empati/*emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?
  - f. Apakah variabel buktifisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?

### 3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel bukti fisik/*tangibles* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- b. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel keandalan/*reliability* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- c. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel daya tanggap/*responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- d. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel jaminan/*assurance* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?

- e. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel empati/*emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Ka-mil Solo?
- f. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel buktifisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo?

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak-ak di bidang jasa, kualitas pelay-anan merupakan faktor yang sangat penting, karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara pro-dusen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu

bagian utama dari strategi perusa-haan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan. Baik sebagai pe-mimpin pasar atau sebagai strategi untuk terus berkembang.

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan per-saingan yang sangat ketat untuk mem-peroleh dan mempertahankan pelang-gan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan peru-sahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelang-gan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi,2001)..*Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service*

*Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Enrique Bigne, Miguel A Moliner, Vol 17, Iss 4 (2003: 5) adalah: *The difference between customers' perceptions of the service perceived and expectations for service performance.*

Konsep inti dari kualitas pelayanan adalah diskonfirmasi teori harapan (Dawes dan Rowley dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010:5). Menurut teori diskonfirmasi harapan, perbandingan harapan dan persepsi layanan yang akan menghasilkan keputusan diskonfirmasi dan kemudian diskon-

firiasi ini mempengaruhi kualitas pelayanan yang dirasakan (Gotlieb, Grewal dan Brown, 1994; Filipus dan Hazlett dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010:5). Diskonfirmasi negatif dari harapan akan menciptakan dampak negatif terhadap kualitas yang dirasakan dari layanan yang ditawarkan (Gotlieb et al, dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010:5).

Lima dimensi kualitas jasa Parasuraman, Zeithamal & Bery (Rangkuti, 2002: 29) sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (berwujud) yaitu, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi
- b. *Reliability* (keandalan) yaitu, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

yaitu, kemampuan untuk  
memban-

tu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.

- d. *Assurance* (keyakinan atau jaminan) yaitu, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- e. *Empathy* (empati) yaitu, merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

#### **a. Definisi Kepuasan Pelanggan**

Setiap Perusahaan tentunya akan berusaha memberikan tingkat kepuasan yang setidak-tidaknya dapat diterima oleh pihak lain yang berkepentingan dalam batasan sumber daya yang dimiliki.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Hant dan Oliver dalam Sik Sumadi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Vol 5, Iss 1 (2011: 4) adalah:

*Satisfaction as the emotional evaluation that shows how far consumers*

*believe that the use of the services can generate positive feelings.*

Ini berarti kepuasan berkaitan dengan emosional pelanggan. Kepuasan terletak pada paradigma “diskonfirmasi harapan konsumen” sementara diskonfirmasi positif mengarah ke kepuasan pelanggan dan diskonfirmasi negatif akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan (Ismail et al dalam Sik Sumadi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Vol 5, Iss 1, 2011: 4).

Definisi Kepuasan menurut Ismail et al dalam Sik Sumadi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Vol 5, Iss 1 (2011: 4) adalah:

*Satisfaction is a function of customer experience and expectations of various services outcomes.*

Kepuasan konsumen muncul setelah dikonsumsi, dan berhubungan dengan tingkat pemenuhan harapan sebelumnya (Sik Sumadi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Vol 5, Iss 1, 2011: 4).

### ***b. Cara Mengukur Kepuasan***

#### ***Pelanggan***

Cara mengukur Kepuasan menurut Enrique Bigne, Miguel A Moliner (2003: Vol 17) meliputi tiga hal yaitu:

- 1) Pengukuran langsung kepuasan.
- 2) Menanyakan apakah layanan yang diterima lebih dari yang diharapkan.
- 3) Menanyakan apakah meskipun memiliki dua pelayanan publik, di-gunakan salah satu dari dua pelayanan publik mereka tidak memper-timbangkan untuk menjadi baik. (disonasi kognitif).

#### **Baitul Maal Wattamwil (BMT)**

*Baitul Maal Wattamwil* (BMT) merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil

bawah dan kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan. (Sofyan, 2009: 85)

Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial (Umar,2000:126). Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi. Peran umum yang dilakukan BMT adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. (Sofyan, 2009:96).

## Hipotesis

Bertitik tolak dari permasalahan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel buktifisik/ *tangibles* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- b. Variabel keandalan/ *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- c. Variabel dayatanggap/ *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- d. Variabel jaminan/ *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- e. Variabel empati/ *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan ter-

hadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

- f. Variabel bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, dayatanggap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, dan empati/ *emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan adalah BMT Insan kamil Solo Jl. Kalilarangan No. 153 Solo.

### Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2007:115) populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah pada BMT Insan Kamil Solo dimana berdasarkan data yang ada sampai dengan bulan maret tahun 2014 berjumlah 1381 orang. Dari populasi ditarik sejumlah sampel, yaitu sebagian populasi yang

akan diteliti dan dianggap representatif untuk mewakili populasi. Untuk menentukan besarnya sampel, penulis menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Yamane (Al Rasyad, 2005:

17):

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

Dimana :

N= ukuran populasi

n= Jumlah sampel minimal

d= Presisi yang di gunakan

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1} = \frac{1381}{1381 (0,1)^2 + 1} = 94$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Yamane yang didasarkan atas tingkat presisi 10 % didapat sampel sebesar 94 orang responden yang dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2005: 42) bahwa tidak ada aturan yang pasti berapa banyak sampel agar dapat mewakili populasi, akan tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa semakin besar sampel kemungkinan dapat mencerminkan populasi.

Untuk teknik penarikan sampel penulis menetapkan secara simple *random sampling* seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono(2005: 45) bahwa *non probability sampling* merupakan cara pengambilan sampel yang besarnya ukuran sampel ditentukan oleh peneliti. Yang besarnya ukuran populasi sedemikian hingga tiap unit sampel memiliki peluang yang sama untuk dipilih.

### Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari jawaban kuesioner yang terkait dengan variabel penelitian yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan (*buktifisik/ tangible*, keandalan/ *reliability*, dayatang-gap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, *empati/emphaty*) dan kepuasan nasabah.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang utama adalah dengan menggunakan

kuesioner untuk mendapatkan data primer yang terkait dengan penilaian responden terhadap variabel penelitian yang terdiri dari kualitas pelayanan (bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, dayatanggap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, empati/ *emphaty*) dan kepuasan nasabah.

**Pengukuran Variabel**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, yaitu kualitas pelayanan (bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, dayatanggap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, empati/ *emphaty*) dan kepuasan nasabah.

Dalam hal ini penulis menggunakan

a. Jawaban SS	Sangat Setuju	Skor	5
b. Jawaban S	Setuju	Skor	4
c. Jawaban N/RR	Netral/Ragu-ragu	Skor	3
d. Jawaban TS	Tidak Setuju	Skor	2
e. Jawaban STS	Sangat Tidak Setuju	Skor	1

**Teknik Analisis Data**

***Uji Instrumen Penelitian***

Untuk mengetahui ketepatan dan keakuratan metode analisis data

skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2005:56).

Variabel ini yang akan diukur menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai skor sebagai berikut :

yang digunakan, maka digunakan uji instrumen validitas dan *reliabilitas*. Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan

fungsi ukurannya terhadap suatu gejala. Sedangkan *reliabilitas* adalah *indeks* yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran beberapa kali terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji tingkat validitas dan *reliabilitas* adalah :

#### 1). Validitas

Untuk menguji yaitu dengan menggunakan teknik korelasi “*Pearson*” yang rumusnya sebagai berikut (Sugiyono, 2005 : 182) :

$$r_{12} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub>

n

√

r

<sub>12</sub> : Koefisien korelasi antara faktor variabel tertentu dengan

Nilai Total Variabel.

: Nilai total variabel

: Nilai faktor dari variebel

: Jumlah sampel

Apabila nilai r<sub>hitung</sub> yang diperoleh dari hasil penghitungan lebih besar dari nilai r<sub>tabel</sub> (r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub>), maka berarti ada korelasi yang nyata an-

pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

tara kedua variabel tersebut sehingga dapat dikatakan alat pengukur yang digunakan tersebut valid untuk mengukur kuesioner variabel. Tetapi apabila nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan lebih kecil dari nilai  $r$  tabel ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), maka alat pengukur tersebut tidak valid untuk mengukur kuesioner variabel.

## 2). Uji *Reliabilitas*

Penerapan uji ini dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keak-uratan, kestabilan atau konsisten instrumen tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid, guna mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan

Dalam penelitian ini akan menggunakan konsistensi internal untuk mengukur reliabilitas alat ukur. Adapun metode perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Crobach*. Setelah nilai koefisien diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien *reliabilitas* dianggap *reliabel*. Di mana disarankan bahwa koefisien *reliabilitas* antara 0,70 - 0,80 cukup baik untuk tujuan penelitian dasar (Kaplan et all, 1993: 126). Sedangkan menurut Malhotra (Solimun, 2002:71) bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel manakalah memenuhi standar koefisien alpha *Cronbach* lebih besar dari 0,6 ( $\alpha \geq 0.6$ ).

### ***Pengujian Hipotesis***

#### 1). Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang digunakan akan benar-benar menunjukkan yang signifikan dan representatif atau disebut BLUE (*Best, Linier, Unbiased Estimator*), maka model regresi tersebut

harus memenuhi asumsi dasar klasik regresi.

Asumsi dasar tersebut adalah apabila tidak terjadi gejala autokorelasi, *heteroskedastisitas*, *multikolinearitas*, normalitas diantara variabel bebas dalam model regresi tersebut.

#### 2). Analisis Regresi Linier Berganda

Data yang masuk akan dianalisis dan diuji dengan menggunakan statistik metode regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, sebagai variabel dependen adalah kepuasan nasabah sedangkan sebagai variabel bebas adalah bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reability*, daya tanggap/ *responsiveness*, empati/ *empathy*, dan jaminan/ *assurance*. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan nasabah  
BMT In-san Kamil Solo
- X<sub>1</sub> = Bukti Fisik/*Tangibles*
- X<sub>2</sub> = Keandalan/*Reliability*
- X<sub>3</sub> = Daya Tanggap/*Responsiveness*
- X<sub>4</sub> = Jaminan/*Assurance*
- X<sub>5</sub> = Empati/*Emphaty*
- b<sub>0</sub> = Konstanta
- b<sub>1</sub> – b<sub>5</sub> = Koefisien regresi
- e = error

hasil persamaan regresi berganda tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan beberapa uji yaitu: Untuk menentukan koefisien b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> dan b<sub>5</sub> digunakan pengolahan dengan program komputer, dengan menggunakan metode SPSS.21.0 untuk melakukan pengujian terhadap data yang dikumpulkan. Hasil pengujian itu kemudian disimpulkan untuk keperluan generelasi pada populasi.

### 3). Uji F

Uji F-hitung yaitu untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat

secara simultan. Menurut (Singgih, 2004:12) uji F-statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R<sup>2</sup> = Koefisien determinasi  
k = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel Dengan

kaidah pengambilan

keputusan sebagai berikut:

- Menentukan H<sub>0</sub> dan H<sub>a</sub> (hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
- Dengan melihat hasil print out komputer melalui program SPSS for Windows, diketahui nilai F<sub>hitung</sub>.
- Jika F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> pada tingkat kepercayaan 95% (α = 0,05), maka terbukti bahwa kelima variabel bebas secara nyata (signifikan) tidak mempengaruhi kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT InsanKa-

mil Solo. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak dan hipotesis mula-mula ( $H_o$ ) diterima.

d). Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka terbukti bahwa kelima variabel bebas secara nyata (signifikan) mempengaruhi kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis mula-mula ( $H_o$ ) ditolak.

4). Uji t

Uji t-hitung digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar (Singgih, 2004:13). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

Adapun tahapan uji t-hitung sebagai berikut:

$$t_{bi} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

- t = diperoleh dari daftar tabel
- t = parameter estimasi
- S<sub>b</sub> = Standar error

Adapun prosedurnya sebagai berikut:

- a). Menentukan  $H_o$  dan  $H_a$  (hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
- b). Dengan melihat hasil print out computer melalui program SPSS for windows, diketahui nilai t-hitung.
- c). Jika signifikansi nilai t-hitung < 0,05 maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian Hipotesa alternatif ( $H_a$ ) diterima dan Hipotesis nihil ( $H_o$ ) ditolak
- d). Jika signifikan nilai t-hitung > 0,05 maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian Hipotesis nihil ( $H_o$ ) diterima dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

### 5). Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Singgih (2004:20) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel yang terikat.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana variasi dalam variabel dependen (kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo) dapat diterangkan oleh variabel independen (dimensi kualitas pelayanan).  $R^2$  digunakan bila terdapat satu variabel independen selain konstan dalam persamaan regresi, jika terdapat lebih dari satu variabel independen maka digunakan *adjusted R2*. Dalam pemilihan model atau persamaan regresi, model dikatakan sebagai model yang terbaik jika nilai  $R^2$  atau *adjusted R2* model tersebut lebih besar dari  $R^2$  atau *adjusted R2* model yang lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Uji Instrumen

#### Uji Validitas

- 1) Validitas item pertanyaan untuk variabel bukti fisik/ *tangibles* ( $X_1$ ).

Variabel bukti fisik/ *tangibles* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dan didapatkan hasil pada tabel 1.

**Tabel 1.**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Bukti Fisik/ Tangibles**

Item Pertanyaan	$r$ item	$r$ tabel	Keterangan
P1	0.591	0,1998	Valid
P2	0.571	0,1998	Valid
P3	0.729	0,1998	Valid
P4	0.661	0,1998	Valid
P5	0.699	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah

- 2) Validitas item pertanyaan untuk variabel keandalan/ *reliability* ( $X_2$ ).

Variabel keandalan/ *reliability* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan mem-

bandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Keandalan/  
Reliability**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.726	0,1998	Valid
P2	0.703	0,1998	Valid
P3	0.750	0,1998	Valid
P4	0.732	0,1998	Valid
P5	0.715	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah

3) Validitas item pertanyaan untuk variabel daya tanggap/*responsiveness* ( $X_3$ ).

Variabel daya tanggap/*responsiveness* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Daya  
Tanggap/Responsiveness**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.694	0,1998	Valid
P2	0.775	0,1998	Valid
P3	0.819	0,1998	Valid
P4	0.775	0,1998	Valid
P5	0.802	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah

4) Validitas item pertanyaan untuk variabel jaminan/*assurance* ( $X_4$ ).

Variabel jaminan/*assurance* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Jaminan/  
Assurance**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.709	0,1998	Valid
P2	0.745	0,1998	Valid
P3	0.699	0,1998	Valid
P4	0.758	0,1998	Valid
P5	0.803	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah

5) Validitas item pertanyaan untuk variabel empati/*emphaty* ( $X_5$ ).

Variabel empati/*emphaty* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan di-dapatkan hasil pada tabel 5.

**Tabel 5.**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Empati/  
Emphaty**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.585	0,1998	Valid
P2	0.711	0,1998	Valid
P3	0.728	0,1998	Valid
P4	0.818	0,1998	Valid
P5	0.738	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah

- 6) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Variabel kepuasan nasabah terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan di-dapatkan hasil pada tabel 6

**Tabel 6**  
**Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Nasabah**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0.849	0,1998	Valid
P2	0.900	0,1998	Valid
P3	0.806	0,1998	Valid
P4	0.798	0,1998	Valid
P5	0.774	0,1998	Valid

Sumber: Data yang diolah.

### Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui *reliabilitas* angket digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun hasil uji *reliabilitas* untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 7.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>	0.658	Alpha	Reliabel
Kendalan/ <i>Reliability</i>	0.772	Cronbach	Reliabel
Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>	0.829	> 0,60	Reliabel
Jaminan/ <i>Assurance</i>	0.806	maka	Reliabel
Empati/ <i>Emphaty</i>	0.766	reliabel	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.884		Reliabel

Sumber: Data yang diolah.

### Hasil Analisis Data

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil analisis data menggunakan SPSS versi 21.0 untuk uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, menunjukkan semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah lolos dari uji asumsi klasik.

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS ver.21.0 dapat disajikan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 8 berikut ini.

**Tabel 8**  
**Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t <sub>hitung</sub>	Sig.
Konstanta	3.844		3.191	0.000
Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> (X <sub>1</sub> )	0.206	0.324	4.784	0.000
Kendalan/ <i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )	0.182	0.140	2.904	0.005
Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> )	0.078	0.294	4.136	0.000
Jaminan/ <i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )	0.201	0.186	3.472	0.001
Empati/ <i>Emphaty</i> (X <sub>5</sub> )	0.095	0.210	2.709	0.008
R	0.927			
R-Square	0.860			
Adj. R- Square	0.851			
F-Hitung	74.960			
Probabilitas F	0.000			

Keterangan : data primer yang diolah

## Pembahasan

Dari hasil analisis data yang telah lolos dari uji asumsi klasik, maka dapat dilakukan pembahasan untuk masing-masing hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya sebagai berikut:

Berdasarkan koefisien regresi, variabel yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo adalah bukti fisik/ *Tangibles*, sedangkan koefisien regresi yang paling kecil terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo adalah Daya Tanggap/ *Responsiveness*.

Dalam hal signifikansi, dilihat dari uji t, bahwa bukti fisik/*tangibles* ( $X_1$ ), keandalan/*reliability* ( $X_2$ ), daya tanggap/ *responsiveness* ( $X_3$ ), jaminan/ *assurance* ( $X_4$ ), dan empati/ *emphaty* ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan

BMT Insan Kamil Solo ( $Y$ ), Hal ini dapat dilihat dari :

- a. Variabel bukti fisik/ *tangibles*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel} 4.784 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh bukti fisik/ *tangibles* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- b. Variabel keandalan/ *reliability*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel} 2.904 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh keandalan/ *reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- c. Variabel daya tanggap/ *responsiveness*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel} 4.136 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti

Ho ditolak dan menerima Ha, artinya terdapat pengaruh daya tanggap/*responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

- d. Variabel jaminan/ *assurance*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel} 3.472 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti Ho ditolak dan menerima Ha, artinya terdapat pengaruh jaminan/ *assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- e. Variabel empati/ *emphaty*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel} 2.709 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti Ho ditolak dan menerima Ha, artinya terdapat pengaruh empati/*emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT In-

san Kamil Solo. Dengan demikian hipotesis pertama sampai kelima yang diajukan terbukti

Selanjutnya dilihat dari uji F, terbukti bahwa bukti fisik/ *tangibles* ( $X_1$ ), keandalan/ *reliability* ( $X_2$ ), daya tanggap/ *responsiveness* ( $X_3$ ), jaminan/ *assurance* ( $X_4$ ), dan empati/*emphaty* ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Lembaga Keuangan BMT Insan Kamil Solo (Y), Hal ini di lihat dari :

Besarnya F-hitung sebesar  $74.96 > 2.26$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank BTPN Kantor Cabang Pembantu Boyolali secara simultan. Dengan demikian hipotesis keenam yang diajukan terbukti

Dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang memiliki nilai positif sebesar 0,851, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo dijelaskan oleh variabel bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, daya tanggap/ *responsiveness*, jaminan/ *assurance*, dan empati/ *emphaty* sebesar 85,1% dan sisanya sebesar 14,9 % menggambarkan adanya variasi bebas lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan bukti fisik/ *tangibles* terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan keandalan/ *reliability* terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tanggap/ *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah

lembaga keuangan BMT Insan

Kamil Solo

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan jaminan/ *assurance* terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan empati/ *emphaty* terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan bukti fisik/ *tangibles*, keandalan/ *reliability*, daya tanggap/ *re-sponsiveness*, jaminan/ *assurance* empati/ *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo

### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rasyad, Harun, 2005. *Teknik Penarikan sampel dan penyusunan skala*, Program paska sarjana, Unpad Bandung
- Arikunto Suharsini, 2007, *Prosedur Penelitian*, BPFE: Yogyakarta.
- Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan. *Education Quality Process Model*

*and Its Influence on Students' Perceived Service Quality International Journal of Business and Management. Toronto: Aug 2010. Vol. 5, Iss. 8; pg. 154, 12 pgs.*

Engel, Black Well, Minard. 2004. *Perilaku konsumen*. jilid I Edisi keenam, Bina pura Aksara, Jakarta

Enrique Bigne, Miguel A Moliner, Javier Sanchez. *Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: The case of Spanish public services, The Journal of Services Marketing. Santa Barbara: 2003. Vol. 17, Iss. 4/5; pg. 420, 23 pgs.*

Kaplan, Robert M. and Saccuzo, Dennis. 2003. *Psychological Testing, Principles, Applications, and*

Lyhe, John F, 2006, *Cara Jitu memuaskan pelanggan*, Abdi tandur. Jakarta

Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

Rangkuti, Fredy. 2002. *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.*

- Sik Sumaedi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Nur Metasari. *The Effect of Students' Perceived Service Quality and Perceived Price on Student Satisfaction Management Science and Engineering*. Montreal: Mar 20, 2011. Vol. 5, Iss. 1; pg. 88, 10 pgs *The Effect of Students' Perceived Service Quality and*
- Singgih Santoso. 2004. *SPSS Statistik Parametrik*. Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Sofyan, 2009. *Manajemen Pemasaran. Dasar-dasar, Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R &D*, AlfaBeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Offset*. Jakarta
- Umar, Husein, 2000. *Riset Pamasaran, dan perilaku konsumen*, PT.Gramedia pustaka utama. Jakarta.