

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
ANGGOTA DENGAN KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL
PEMEDIASI**

(Studi Pada KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

IAIN PURWOKERTO

Oleh :

ANIFAH RACHMA YULIA

NIM. 102325023

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO**

2017

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
ANGGOTA DENGAN KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL
PEMEDIASI STUDI KJKS BMT EL MENTARI**

ANIFAH RACHMA YULIA

E-mail: anifah.rachma@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Kualitas jasa (pelayanan) merupakan kunci dari loyalitas anggota (konsumen). Untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas dalam perkembangannya dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada anggotanya dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, *empathy*, dan bukti fisik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota, pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas anggota, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang dibagikan peneliti kepada anggota di KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas. Untuk menguji pengaruh antar variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan melibatkan variabel mediasi kepuasan pelanggan digunakan analisis jalur (*path analysis*). *Path analysis* merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Berdasarkan hasil *path analysis*, untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota, didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota secara signifikan pada tingkat signifikansi ($p < 0,05$) hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang dinilai baik di mata konsumen dapat mempengaruhi terbentuknya loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Maka didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan pada tingkat signifikansi ($p < 0,01$). Hal ini mengindikasikan bahwa anggota yang merasa puas dengan suatu produk atau jasa tertentu, cenderung memiliki potensi yang besar untuk menjadi loyal terhadap produk atau jasa tersebut.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan anggota, dan loyalitas anggota.

**The INFLUENCE of the QUALITY of SERVICE to the LOYALTY MEMBER
to the SATISFACTION of MEMBERS AS VARIABLES MEDIATION
STUDY KJKS BMT EL MENTARI**

ANIFAH RACHMA YULIA

E-mail: anifah.rachma@gmail.com

Department of Economics Faculty of Economics and business of Sharia
Islamic State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Quality Services (service) is the key to loyalty members (consumers). To achieve a good quality of service KJKS BMT El Mentari Banyumas Regency in its development required to provide good service to its members to pay attention to the dimensions of service quality in itself i.e. reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence.

The purpose of this research is to know the significant influence the quality of service to loyalty members, significant influence customer satisfaction against the loyalty of members, as well as the influence of the quality of service to the loyalty member to the satisfaction of members as variables of mediation.

In this study data sources used are primary data and secondary data. The primary data were obtained based on the answers of the respondents against the now shared with researchers to members in KJKS BMT El Mentari Banyumas Regency. To test the influence between the variable quality of service to the loyalty of members with mediation variables involving customer satisfaction used path analysis (path analysis). Path analysis is an extension of linear multiple regression analysis, or the use of regression analysis to estimate the relationship of causality between the variables that have been set previously based on theory.

Based on the results of path analysis, to find out the influence of significant service quality against the loyalty Member, obtained the conclusion that the quality of service a positive effect against the loyalty Member significantly on the level of significance ($p < 0.05$) this indicates that the quality of service which is rated good in the eyes of consumers can affect the formation of consumer loyalty to a product or service. Then it brings to the conclusion that the quality of service a positive effect against customer loyalty are significantly on the level of significance ($p < 0.01$). This indicates that the Member is satisfied with a particular product or service, tend to have a great potential to be disloyal towards the product or service.

Keywords: service quality, satisfaction, and loyalty member.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	9
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	14
B. Kerangka Teori.....	30

C. Rumusan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian	36
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	38
F. Analisis Data Penelitian.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum KJKS BMT El Mentari	46
B. Hasil Penelitian.....	50
C. Uji Hipotesis	55
D. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya pendirian dan perkembangan bank syari'ah di dunia telah memberikan alternatif baru bagi konsumen pengguna jasa perbankan untuk menikmati produk-produk perbankan dengan metode *non* bunga. Hal ini mengisyaratkan bahwa dunia perbankan internasional telah mengadaptasi prinsip ekonomi yang ditawarkan oleh Islam, selain masa dijalankannya prinsip ekonomi konvensional yang selama ini berlaku.

Berdirinya bank syari'ah dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan *muamalahnya*; memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan *muamalah* yang sesuai dengan perintah agamanya, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakannya lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum Islam.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tamwil*. Secara *harfiyah/ lughawi* *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha.¹ *Baitul Maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm .126

mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang legal sebagai lembaga keuangan Syari'ah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip Syari'ah. 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* (sosial dan bisnis). Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, kemudian berarti 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.²

Kepercayaan dan loyalitas di BMT merupakan dua kata yang sangat berarti. Banyak perusahaan yang berusaha meraihnya melalui beragam cara seperti bagi-bagi bingkisan, mengirim kartu ucapan atau menawarkan beragam program diskon kepada pelanggannya. Untuk bisa melayani pelanggan memang tidak gampang, jika jumlah pelanggan hanya sedikit itu tidak masalah. Namun, bagaimana kalau ribuan, puluhan ribu, atau ratusan ribu. Apalagi tuntutan pelanggan kian hari kian meningkat. Pelanggan makin cerdas, kritis, dan punya banyak pilihan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu

² *Ibid*, hlm. 129-130

perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.³

Pelayanan anggota BMT diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau kasir maupun *public relation*. Namun istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus untuk melayani anggota dengan nama *customer service*.⁴ Di samping itu pelayanan anggota juga diberikan oleh *teller* beda antara keduanya adalah *customer service* dalam bertugas melayani anggota lebih banyak bicara dan tidak berhubungan dengan penyetor dan penarik uang, sedangkan tugas *teller* lebih banyak kepada bidang penyetoran dan penarikan uang anggota.

Customer service memegang peranan sangat penting diberbagai perusahaan, dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service*

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta: 2004, hlm. 145.

⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2004, hlm. 179.

adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah yang bersangkutan dengan berbagai cara, selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, promosi yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan 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 kelayakitan anggota.

Ketatnya kondisi persaingan bisnis antar lembaga keuangan baik bank maupun non bank memaksa BMT untuk terus memperbaiki strategi usahanya. BMT dituntut harus memberikan kualitas pelayanan yang prima dan unggul guna mempengaruhi anggotanya supaya anggota tidak berpaling dan berpindah pada lembaga keuangan lain yang memberikan kualitas pelayanan lebih baik. Tidak mungkin orang akan memilih BMT yang biasa-biasa saja. Anggota tentunya akan lebih memilih BMT ataupun lembaga keuangan lain yang lebih unggul. Kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau

hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁵

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT El Mentari merupakan sebuah lembaga yang mempunyai permasalahan dan mengalami kondisi sebagaimana yang telah disebutkan di atas, oleh sebab itu penulis menjadikan BMT tersebut sebagai salah satu lembaga yang kiranya patut untuk diteliti. KJKS BMT El Mentari memberikan jasa pelayanan perkoperasian di Kabupaten Banyumas, yang berdiri pada tanggal 14 Juni 2009.

Dalam kegiatannya KJKS BMT El Mentari memiliki keunggulan yang secara langsung dapat dirasakan oleh anggota, yaitu beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan bebas dari praktek riba (tanpa unsur bunga/*rente*). Memberikan pelayanan yang terbaik kepada anggotanya, dengan pelayanan yang diberikan oleh berbagai pihak, tidak hanya melayani di kantor saja, namun ada juga pelayanan yang dilakukan di lapangan sesuai keberadaan anggota, baik di rumah, tempat kerja, maupun di pasar-pasar dalam rangka memanjakan anggotanya dengan pendekatan sistem jemput bola. Pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi anggota. Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian.

Adanya pelayanan yang didominasi dengan sistem jemput bola yang

⁵ Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia buku-1*, ed. 1, terj. Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 50.

dilakukan oleh petugas, maka petugas harus cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan, karena dengan sistem ini anggota akan banyak melakukan komunikasi. Bila pelayanan yang diberikan sesuai keinginan anggotanya maka anggota akan merasa puas. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, maka anggota akan merasa tidak puas dan kecewa. Karena kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah akan diingat selalu oleh nasabah, hal ini dapat memelihara kesetiaan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan *market share* perusahaan.

Fasilitas yang ada di KJKS BMT El Mentari cukup memadai seperti ruang tunggu yang nyaman, kebersihan yang selalu terjaga, dan keramahan dari petugas terutama teller. Pengelola KJKS BMT El Mentari lebih fleksibel dalam menyambut dan melayani anggota, tak jarang para pengelola bercanda dengan anggota dan beberapa anggota juga sering sekedar bertanya tentang kondisi pribadi para pengelola. KJKS BMT El Mentari selalu menjalin komunikasi dengan para anggota sehingga pihak BMT tahu keadaan anggotanya, jika ada yang sakit atau meninggal dunia pihak BMT datang menjenguk tanpa memilih-milih anggota tersebut apakah dari kalangan menengah atau bawah. Kondisi yang demikian lebih menguatkan hubungan antara anggota dengan pengelola serta menjalin silaturahmi yang lebih erat. Ada pula anggota yang hanya mau bertransaksi dengan pengelola yang disukainya karena sudah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pengelola tersebut. Para pengelola dan manajemen KJKS

BMT El Mentari selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada anggotanya, contohnya ketika ada anggota yang mendadak ingin menabung atau menarik simpanan meminta bertransaksi di rumah, pengelola KJKS BMT El Mentari dengan senang hati melayani.

Dalam penyelesaian permasalahan kredit macet, KJKS BMT El Mentari menggunakan sistem kekeluargaan, tanpa kekerasan, musyawarah untuk mufakat dan tak jarang KJKS BMT El Mentari membantu mencari solusi pada permasalahan yang dihadapi anggota yang membuat angsuran menjadi macet. Dengan sistem ini anggota merasa lebih nyaman dan dihargai.⁶

Jumlah anggota dan simpanan anggota KJKS BMT El Mentari selama tiga tahun ini dapat dilihat pada tabel I.1 berikut

Tabel I.1

Jumlah Anggota dan simpanan Anggota KJKS BMT El Mentari Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Anggota	Simpanan Pokok	Simpanan Wajib	Simpanan Pemupukan	Jumlah Simpanan
2013	21	2.100.000	9.744.500	89.514.000	101.358.500

⁶ Hasil wawancara dengan Bapak A. Saefudin, S.E.I., selaku Marketing di KJKS BMT El Mentari, wawancara pada hari Kamis, 16 Juni 2016 Pukul 09.00 WIB di Kantor KJKS BMT El Mentari Bobosan.

2014	411	4.110.000	12.510.200	95.170.000	111.790.200
2015	788	7.880.000	17.253.400	102.270.000	127.403.400

Sumber: KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari tahun ke tahun jumlah anggota KJKS BMT El Mentari meningkat namun pada jumlah simpanan tidak terdapat peningkatan yang signifikan, ini dikarenakan anggota hanya sekali melakukan transaksi simpanan, selanjutnya mereka tidak menabung lagi.

Secara garis besar di KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas dalam hal perkembangan jumlah anggota mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Namun disisi lain KJKS BMT El Mentari dalam aktivitas pelayanan yang dilakukan masih terdapat keluhan dari anggotanya, seperti; anggota mengadu ke kantor ketika petugas *collector*/ petugas penarik tabungan tidak menarik tabungan pada hari-hari yang sudah disepakati. Printer di tempat teller sering error sehingga menghambat transaksi.

Saat ini KJKS BMT El Mentari sedang berusaha untuk memiliki gedung kantor. Kondisi ini menyebabkan kepercayaan anggota sedikit menurun. Beberapa anggota merasa takut jika sewaktu-waktu KJKS BMT El Mentari berpindah alamat lagi dan lebih jauh dari lokasi sebelumnya. Bahkan ada anggota diantaranya yang berujar jika belum memiliki kantor pribadi ditakutkan BMT tersebut hanya fiktif, artinya ketika BMT sudah mendapat banyak anggota dan banyak simpanan yang masuk BMT tersebut akan berhenti beroperasi.

BMT sebagai lembaga keuangan yaitu tempat keluar masuknya anggota, pada kenyataannya anggota yang ada di sana masih banyak yang tidak menggunakan jasa BMT dengan sepenuhnya, artinya masih banyak anggota yang belum mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap penyedia jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan anggota yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas anggota.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DENGAN KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI (Studi Pada KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas).

B. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pemahaman terhadap isi bahasan serta menghindari kesalahan dan kekeliruan dalam memahami skripsi ini, maka penulis menganggap perlu adanya penegasan dan penjelasan beberapa kata dari judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemediasi (Studi pada KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas)” sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Levis dan Booms dalam Tjiptono & Chandra, kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁷ Dalam penelitian ini kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa baik tingkat perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan (anggota BMT) atas layanan yang mereka terima.

2. Kepuasan Anggota

Kepuasan pelanggan (anggota) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁸ Dalam skripsi ini kepuasan anggota didefinisikan sebagai hasil yang dirasakan anggota BMT setelah membandingkan kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh para karyawan BMT terhadap apa yang diharapkannya.

3. Loyalitas Anggota

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.⁹ Dalam penelitian ini loyalitas anggota didefinisikan sebagai seberapa besar komitmen anggota untuk menggunakan kembali jasa di KJKS BMT El Mentari.

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 121.

⁸ Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran ...*, hlm. 50.

⁹ *Ibid*, hlm. 138.

4. BMT

BMT merupakan kepanjangan dari *Baitul Maal Wat Tamwil*, yaitu organisasi bisnis yang juga berperan sosial.¹⁰ Dalam skripsi ini yang dimaksud *Baitul Maal Wat Tamwil* adalah koperasi simpan pinjam syariah yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi, dan simpanan. BMT yang dimaksud dalam penelitian ini adalah KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas.

Fokus penelitian ini akan melihat pengaruh kualitas pelayanan yang akan berdampak positif pada kepuasan anggota dan menyebabkan terjadinya pembelian ulang/loyalitas anggota pada KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas.

C. Rumusan Masalah

Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Fakta ini menjadi permasalahan yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akan mendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada kelayaitasan anggotanya.

Berdasarkan pemaparan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

¹⁰ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal ...*, hlm. 126.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota?
3. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada yakni:

1. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.
2. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh signifikan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota.
3. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapat di bangku perkuliahan dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas, serta sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di IAIN Purwokerto.

b. Bagi KJKS KJKS BMT El Mentari

- 1) Memberikan informasi dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KJKS BMT El Mentari Kabupaten Banyumas.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan perusahaan di dalam menentukan kebijakan yang diambil, khususnya dalam melakukan pengembangan dan perbaikan kualitas pelayanan.

c. Bagi IAIN Purwokerto

Sebagai salah satu bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa IAIN Purwokerto Program studi Ekonomi Syariah.

d. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Agar lebih tersusun dan terarah, penulis menyusun penelitian ini ke dalam lima bab dengan sub judul masing-masing sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini disajikan latar belakang permasalahan, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi dasar-dasar teori yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian, yaitu teori mengenai kualitas pelayanan, loyalitas anggota, penelitian terdahulu, serta rumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data yang digunakan, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian dari pengolahan data dengan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang di dalamnya memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab IV dengan menggunakan metode *path analysis* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan anggota, sehingga dalam penelitian ini hipotesis 1, **H1 diterima**. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan akan berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan. Pengaruh positif tersebut menandakan semakin tinggi kualitas pelayanan yang dimiliki responden maka akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang tinggi, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang dimiliki responden akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang rendah.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan. Pengaruh positif tersebut menandakan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dimiliki responden maka akan mengakibatkan loyalitas pelanggan yang tinggi, sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan yang dimiliki responden akan mengakibatkan loyalitas pelanggan yang rendah.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan sehingga dalam

penelitian ini hipotesis 3, **H1 diterima**. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara tidak langsung pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran untuk penelitian selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil sampel dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang sama maupun perusahaan yang bergerak di bidang yang berbeda, sehingga hasilnya memungkinkan untuk dilakukan perbandingan, sehingga tidak hanya terbatas pada satu perusahaan saja, seperti halnya dalam penelitian ini yang hanya terfokus pada satu perusahaan (KJKS BMT El Mentari) dan salah satu produknya saja (dalam hal ini produk simpanan).
 - b. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel yang lain agar didapatkan hasil penelitian yang lebih akurat mengenai variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti: komitmen, harga, dan citra merek.

2. Saran untuk KJKS BMT El Mentari

Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat loyalitas seorang konsumen terhadap suatu produk atau jasa, di mana dalam hal ini terkait dengan produk simpanan yang merupakan salah satu

produk yang dimiliki KJKS BMT El Mentari. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang, khususnya dalam hal ini adalah bagi pihak KJKS BMT El Mentari sendiri selaku perusahaan pengelola. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anggota merasa nyaman karena *customer service* dari KJKS BMT El Mentari dinilai ramah dan cekatan sehingga penilaian terhadap kualitas jasa baik kemudian dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa loyalitas anggota KJKS BMT El Mentari termasuk tinggi, maka perusahaan disarankan untuk memaksimalkan strategi atau pengadaan fasilitas khusus untuk mempertahankan anggota loyal tersebut. Misalnya, bagi anggota yang mempunyai simpanan dengan jumlah besar diberi *reward* khusus.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman. *Mengukur Kepuasan Masyarakat Dan Kualitas Pelayanan Publik*, (Online), (<https://Jakarta.Kemenumham.Go.Id/Download/Karya-Ilmiah>). Diakses 17 Juni 2016.
- Assegaf, Mohammad. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda Di Semarang)*, Dalam Skripsi Unisula.
- Bagus Sanoaji, Ario. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota*, (Online), (http://Eprints.Undip.Ac.Id/17449/1/Fx_Ario_Bagus_Sanoaji.Pdf), Diakses 17 Juni 2016).
- Basu, swasta Dharmesta. 1996, *Azas-azas Marketing*. Edisi III. Yogyakarta : Liberty.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Hair, Joseph F., JR., Rolp E. Anderson, dkk. 1998. *Multivariate Data Analysis*, 5 th ed, USA : Prentice Hall International.
- Isna, Alizar, & Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kasmir. 2004. *Etika Customer Service*. Jakarta: Pt Raja Grafindo.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. dan Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Wuryanti. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Yang Syar'i Pemegang Asuransi Syari'ah*, Dalam Skripsi Unisula.
- Lau, G.T. and Lee, S.H., 1999, Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Manajemen*, vol 4, pp 341-370
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zaithaml, and Leonard L. Berry,. 1988. "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for measuring Consumer Perception of Service Quality." *Journal of Marketing*, vol 64, p 12-40
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal (Bmt)*, Yogyakarta: Uii Press.

Sekaran, U. 2003, “*Research Methods for Business: A Skill Building Approach*”. 4th ed., New York : John Willey & Sons, Inc.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

_____. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

_____. dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.

Wijaya, Tony. 2011, “*Cepat Menguasai SPSS 19 untuk Olah & Interpretasi Data Penelitian, Skripsi*”. Yogyakarta : Cahaya Atma.



IAIN PURWOKERTO