

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

a. Letak geografis

Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya dalam beroperasi memiliki kantor sendiri yang berpusat di Jl. Karah Agung No 42B. Kantor tersebut memiliki 3 lantai. lantai I berfungsi sebagai tempat *Costemer Service* yang dilengkapi dengan fasilitas tempat tunggu nasabah, meja Costemer Service, AC, dan toilet. Lantai II berfungsi sebagai tempat kerja Direktur dan Wakilnya, Account Office Fanding, Lending dan Kolekting yang dilengkapi dengan AC dan toilet. Lantai III berfungsi sebagai tempat rapat yang dilengkapi dengan AC dan gudang. Dalam kegiatan bertransaksi Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah dilengkapi berbagai fasilitas yang memadai seperti halnya di atas untuk meningkatkan pelayanan kepada para nasabah dan anggotanya. Adapun letak geografis kantor Amanah Ummah adalah sebagai berikut⁷⁰:

⁷⁰Hasil observasi di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah, pada tanggal 22 Oktober 2012.

1. Sebelah utara berdekatan dengan kantor BRI
 2. Sebelah selatan berdekatan dengan Koperasi Mitra Abadi Sentosa
 3. Sebelah timur berdekatan dengan Perumahan Karah Indah 78
 4. Sebelah barat berdekatan dengan Pasar Karah Agung
- b. Sejarah Singkat KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya

Awal berdirinya Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah merupakan satu kelompok swadaya masyarakat yang dipimpin oleh PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil). BMT Amanah Ummah resmi berdiri pada tahun 1995 yang beralamat di jalan Darmorejo III/12 Surabaya dan sampai saat ini kantor pusat berada di jalan Karah Agung No. 42B Surabaya.

Berbekal dengan keyakinan yang kuat dan pengalaman oleh 14 orang pemuda lulusan *short course* perbankan syariah, BMT Amanah Ummah didirikan dengan modal awal masing-masing orang antara Rp 100.000 - 500.000, sehingga terkumpul Rp 2.850.000 (dua juta delapan ratus lima puluh ribu rupiah). Dengan keuletan, kesabaran pengelola dan pendampingan usaha kecil dan mikro, BMT Amanah Ummah dapat bertahan dan berkembang dalam melewati tantangan yang sempat terjadi badai krisis moneter yang diawali pada tahun 1997.

BMT Amanah Ummah pada tahun 2000 bergabung dengan Koperasi Cahaya Amanah sebagai salah satu pemilik saham terbesar yang menjadi unit usaha simpan pinjam secara syariah. Pada tahun 2006 perkembangan usaha cukup signifikan dengan perolehan aset mencapai Rp 1,172 Milyard, sehingga sesuai dengan ketentuan Lembaga Keuangan Syariah dan Dinas Koperasi dapat membentuk badan hukum secara terpisah. Pada tanggal 18 Juli 2006 dihadapan Notaris resmi menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Jawa Timur. Kemudian pada tanggal 7 Agustus 2006 telah disahkan oleh Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Propinsi Jawa Timur.⁷¹

Koperasi Amanah Ummah memberikan fasilitas yang menguntungkan bagi anggota dan calon anggota, yaitu sebagai koperasi jasa keuangan syariah. Dalam artian koperasi Amanah Ummah bergerak pada bidang jasa simpan pinjam keuangan dengan menggunakan prinsip usaha syariah dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu saat ini koperasi syariah Amanah Ummah lebih dikenal dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah.

c. Alamat Kantor KJKS BMT Amanah Ummah

Kantor Pusat : Jl. Karah Agung 42B Jambangan Surabaya

Kantor Cab. Sidoarjo : Jl. Raya Sukodono 41 Sukodono Sidoarjo

⁷¹ Dokumentasi dari arsip Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah

KantorCab. Sby : Jl. Darmokali 79 Wonokromo Surabaya

Kantor Cab. Surabaya 2 : Jl. Jojoran 1/40 F Mojo Gubeng Surabaya

d. Visi dan Misi KJKS BMT Amanah Ummah

Adapun visi dan misi Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah yaitu:

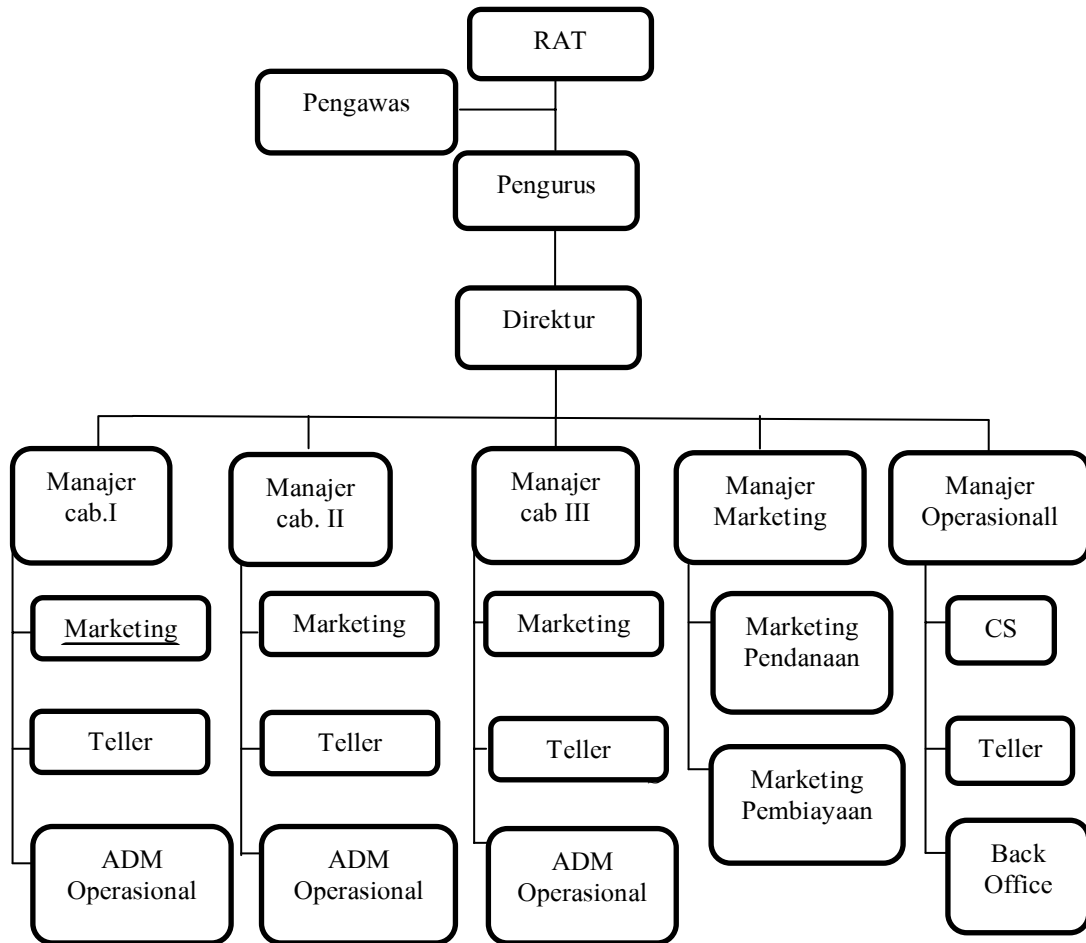
a) Visi

Menjadi Koperasi Syariah Terdepan dan Terdekat di Hati Masyarakat Ekonomi Kecil Mikro.

b) Misi

1. *Memberikan Pelayanan dan Pendampingan Kepada Masyarakat Usaha Kecil dan Mikro Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup*
2. *Membudayakan dan Mendekatkan Masyarakat pada Lembaga Keuangan Syariah dan Muamalah Secara Syariah.*

e. Struktur organisasi KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya



Sumber: Dokumentasi dan arsip Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah

f. Pengurus dan Pengawas KJKS BMT Amanah Ummah

Adapun struktur pengawas dan pengurus KJKS BMT Amanah

Ummah adalah sebagai berikut:

a) Susunan Pengawas KJKS Amanah Ummah

Ketua : Leo Herlambang, SE, MM (Direktur JIM “*Jatim Investment Management*”)

Wakil : Drs. H. Ali Muaffa (Ketua BKPRMI Provinsi Jatim dan Wakil Ketua Yayasan Nurul Falah Surabaya)

b) Susunan Pengurus KJKS Amanah Ummah

Ketua : H. Imam Hambali (Direktur CV Alfa Surya, pembina Yayasan Nurul Falah Surabaya dan Bendahara Yayasan Yatim Mandiri)

Sekretaris : Mim Saiful Hadi, S.Ag (Kepala Departemen Pendidikan di LPI AL HIKMAH Surabaya dan Direktur MEC “*Mandiri Entrepreneur Center*”)

Bendahara : H. Muhammad Shufyan Bahri (Ketua Yayasan Bina Masyarakat Madani Surabaya dan Direktur Dhompot Dhuafa Jawa Timur)

c) Susunan pengelola KJKS Amanah Ummah

Direktur : Teguh Rahayu Wismiati, SE

Teller : Siti Fathimah

Manager Marketing : Suliyantoro

Marketing : 1. Sigit Prayitno (Lending)
2. Ainun Mahkamah (Lending)
3. Dian Faristania (Admin Lending)

4. Nurul (Funding dan Lending)

5. Syifa'ani (Funding)

6. Kubro (Funding)

7. Vivi (Funding)

Customer Service : Sri Dewiati

Admin : Linake

Manager cab. SDA : Alfans Ariyanto, SE

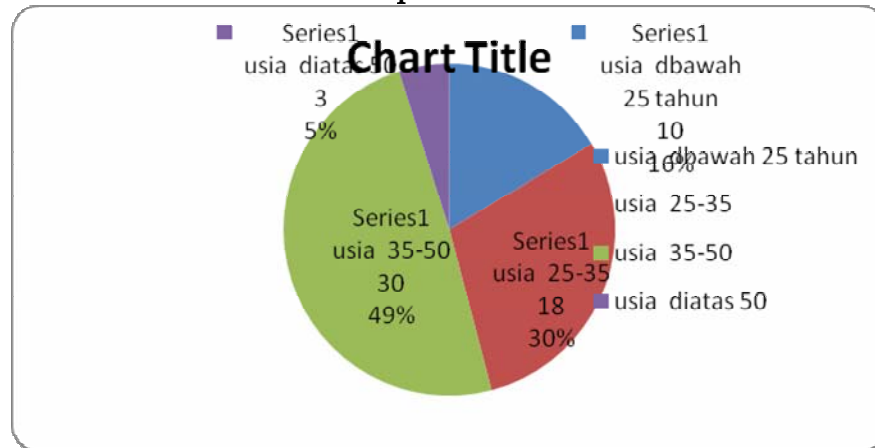
Manager cab. Darmokali: Dwi Mukti Wulansari

Manager cab. Jojoran : Imam Sonhaji, S.Pdi.

2. Karakteristik Responden

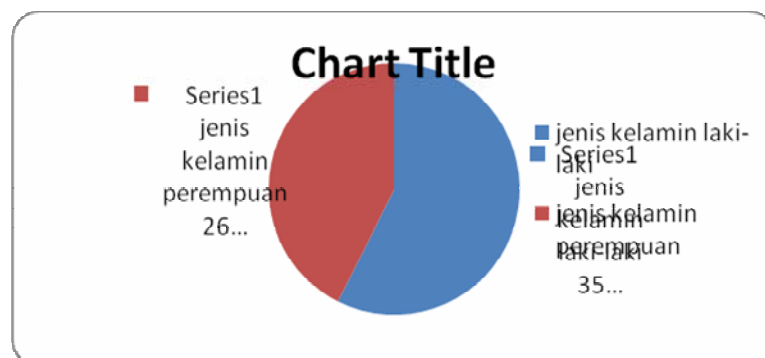
Responden dalam penelitian ini sebanyak 61 responden yang merupakan nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service* di koperasi jasa keuangan syariah BMT Amanah Ummah Surabaya. Dengan mengacu pada hasil penelitian dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada 61 nasabah, maka dapat digambarkan karakteristik responden sebagai berikut:

Gambar 4.1
Karakteristik responden berdasarkan usia



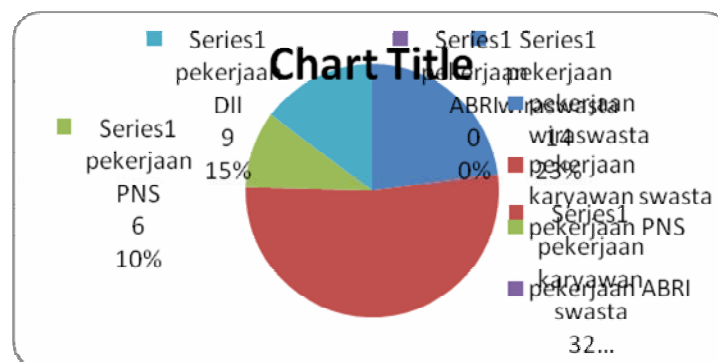
Gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan usia, menunjukkan bahwa usia nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service* di dominasi oleh konsumen dengan usia 35-50 tahun. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada dengan usia 35-50 tahun berjumlah 30 responden dengan prosentase 49 %, sedangkan karakteristik responden terendah usia diatas 50 tahun berjumlah 3 dengan prosentase 5%.

Gambar4.2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



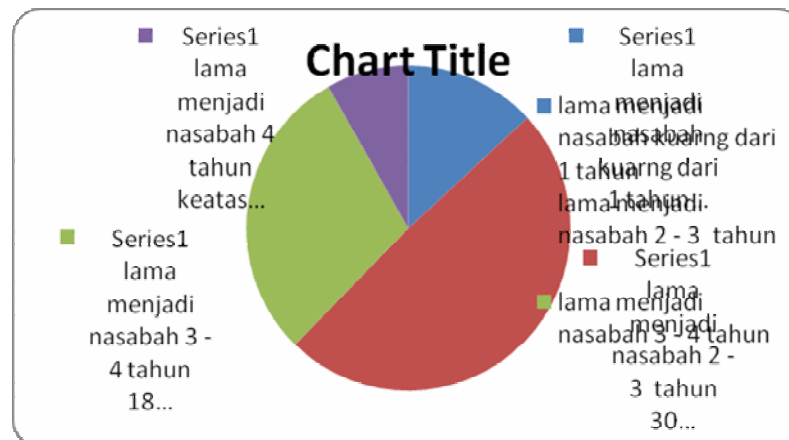
Gambar 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa jenis kelamin nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service* di dominasi oleh nasabah laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada nasabah laki-laki berjumlah 35 responden dengan prosentase 57%, sedangkan karakteristik responden terendah nasabah perempuan berjumlah 26 responden dengan prosentase 43%.

Gambar4.3
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan



Gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service* di dominasi oleh karyawan swasta. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada nasabah karyawan swasta berjumlah 32 responden dengan prosentase 52%, sedangkan karakteristik responden terendah adalah nasabah yang pekerjaannya sebagai ABRI berjumlah 0 responden dengan prosentase 0%.

Gambar 4.4
Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah



Gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah di KJKS BMT Amanah Ummah. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada bahwa nasabah yang lama menggunakan jasa *pick up service* adalah 2-3 tahun yang berjumlah 30 responden dengan prosentase 49%, sedangkan karakteristik responden yang menggunakan layanan jasa *pick up service* terendah adalah sekitar 4 tahun keatas yakni nasabah berjumlah 5 responden dengan prosentase 8%.

B. Analisis Data dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan validitas dan reliabilitas instrument item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program *SPSS 16 for Windows*.

a. Uji Validitas

Validitas adalah taraf dimana suatu instrument dapat mengukur apa yang seharusnya diukur atau kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁷²

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur secara tepat. Validitas suatu instrument yang terdapat pada kuesioner akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik korelasi *product moment person*. Apabila korelasi tiap vektor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas, maka factor tersebut merupakan konstruk yang kuat, sehingga instrument tersebut bisa dikatakan valid.⁷³

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel

No	Variabel	Item	R	Keterangan
1	Tangible (berwujud) (X1)	$(X_{1,1})$	0.889	Valid
		$(X_{1,2})$	0.784	Valid
2	Reliability (keandalan) (X2)	$(X_{2,1})$	0.425	Valid
		$(X_{2,2})$	0.589	Valid
		$(X_{2,3})$	0.864	Valid
		$(X_{2,4})$	0.686	Valid

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, 267.

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 115

		$(X_{2,4})$		
3	Responsiveness (daya tanggap) (X3)	$(X_{3,1})$ $(X_{3,2})$ $(X_{3,3})$	0.827 0.843 0.695	Valid Valid Valid
4	Assurance (jaminan) (X4)	$(X_{4,1})$ $(X_{4,2})$ $(X_{4,3})$	0.706 0.842 0.575	Valid Valid Valid
5	Emphaty (X5)	$(X_{5,1})$ $(X_{5,2})$ $(X_{5,3})$	0.723 0.759 0.792	Valid Valid Valid
6	Kepuasan nasabah (Y)	(Y_1) (Y_2) (Y_3)	0.672 0.785 0.845	Valid Valid Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing indikator *Tangible* (x_1), *Reliability* (x_2), *Responsiveness* (x_3), *Assurance* (x_4), *Emphaty* (x_5), serta kepuasan nasabah (Y) memiliki koefisien korelasi lebih dari 0.3 sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh indikator yang ada pada instrument dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu

konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0,60.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	70.8500	9.721	.134	.672
P2	70.9250	10.122	-.023	.682
P3	70.8250	9.328	.289	.658
P4	70.8500	8.797	.571	.631
P5	70.8750	8.163	.520	.622
P6	71.0250	9.461	.102	.684
P7	70.3000	8.933	.362	.648
P8	70.5500	8.613	.435	.637
P9	70.7750	9.102	.342	.651
P10	70.8000	10.062	-.028	.689
P11	70.9500	10.203	-.087	.698
P12	70.8750	10.369	-.145	.700
P13	71.0250	9.871	.069	.678
P14	70.9500	9.690	.302	.662
P15	70.8500	8.695	.623	.626
P16	70.8000	8.626	.573	.627
P17	70.8500	7.874	.456	.629
P18	70.9250	8.533	.311	.655

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa nilai alpha cronbach untuk semua item lebih besar dari 0.6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua item yang digunakan untuk melihat pengaruh terhadap kepuasan nasabah sudah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.⁷⁴

Maksud dari data terdistribusi secara normal adalah apabila nilai rasio skewness dan kurtosis berada antara nilai minus dua (-2) dan plus dua (+2).⁷⁵

Tabel 4.3
Hasil uji asumsi normalitas

Statistics		
Kepuasan		
N	Valid	61
	Missing	0
Mean		12.3934
Median		12.0000
Mode		12.00
Std. Deviation		1.33265
Variance		1.776
Skewness		.411
Std. Error of Skewness		.306
Kurtosis		-.571
Std. Error of Kurtosis		.604
Sum		756.00

⁷⁴Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 178.

⁷⁵Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, 235.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa Skewness kurva adalah 0.411 dengan Standart Error sebesar 0.306. Kurtosis kurva adalah -0.571 dengan Standart Error sebesar 0.604. Dari data tersebut kita bisa tahu hasilnya dengan membagi nilai Skewness dan Kurtosis dengan Standart Erornya. Dari perhitungan tersebut Skewness menghasilkan nilai sebesar 1.343 sedangkan Kurtosis menghasilkan nilai -0.945. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa rasio Skewness dan Kurtosis berada pada kisaran +2 dan -2, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut dikatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Salah satu pengujian untuk analisis regresi adalah uji multikolinieritas. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen.⁷⁶

Dalam pembahasan ini metode pengujian yang digunakan yaitu dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi, pada umumnya jika terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance*

⁷⁶*Ibid*, . 240

lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas antar variabel bebas dalam model regresi.⁷⁷ Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel 2.4 Berikut:

Tabel 4.4
Hasil uji asumsi multikolinearitas

Variabel bebas	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Tangible	0.931	1.074	Non Multikolinearitas
Reliability	0.937	1.068	Non Multikolinearitas
Responsiveness	0.974	1.027	Non Multikolinearitas
Assurance	0.978	1.022	Non Multikolinearitas
Emphaty	0.881	1.135	Non Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada table4.4 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada masing-masing variabel bebas, dimana nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat diketahui bahwa model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi dalam regresi berganda adalah uji heteroskedastisitas. Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan

⁷⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 57.

ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain sama atau tetap, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan *Uji Glejser*. Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.5
Hasil uji asumsi heteroskedastisitas

Variabel bebas	Nilai Sig	Keterangan
Tangible	0.182	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Reliability	0.759	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Responsiveness	0.106	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Assurance	0.108	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Emphaty	0.268	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kelima variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan suatu variable *dependen* (terikat) dengan satu atau lebih variable *independen* (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel *dependen* berdasarkan variabel *independen* yang diketahui.⁷⁸

Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Dengan menggunakan *SPSS 16.0 for windows* didapat model regresi seperti pada tabel.

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.006	4.409		-.001	.999
	Tangible	.264	.279	.106	.944	.349
	Reliability	.361	.126	.321	2.863	.006
	responsiveness	.120	.123	.108	.979	.332
	Assurance	-.300	.184	-.179	-1.626	.110
	Emphaty	.520	.188	.320	2.763	.008

⁷⁸ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis Ekonomi*, 92.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier pada tabel 4.6 maka dihasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots + e$$

$$Y = -0.006 + 0.264_{X_1} + 0.361_{X_2} + 0.120_{X_3} - 0.300_{X_4} + 0.520_{X_5}$$

$$\text{Kepuasan nasabah} = -0.006 + 0.264_{X_1} + 0.361_{X_2} + 0.120_{X_3} + -0.300_{X_4} + 0.520_{X_5}$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- a. Konstanta (a) = -0.006 hal ini berarti bahwa kepuasan nasabah akan konstan sebesar -0.006 satuan jika tidak ada pengaruh dari indikator *tangible*^(X₁), *reliability*^(X₂), *responsiveness*^(X₃), *assurance*^(X₄), dan *emphaty*^(X₅).
- b. Nilai dari koefisien regresi (*b*₁) sebesar 0.264 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel *tangible*^(X₁) yang diberikan oleh KJKS BMT Amanah Ummah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
- c. Nilai dari koefisien regresi (*b*₂) sebesar 0.361 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel *reliability*^(X₂) yang

diberikan oleh KJKS BMT Amanah Ummah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

- d. Nilai dari koefisien regresi (b_3) sebesar 0.120 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel *responsiveness* (X_3) yang diberikan oleh KJKS BMT Amanah Ummah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
- e. Nilai dari koefisien regresi (b_4) sebesar -0.300 dengan tanda negatif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel *assurance* (X_4) yang diberikan KJKS BMT Amanah Ummah, tidak berarti akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
- f. Nilai dari koefisien regresi (b_5) sebesar 0.520 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel *emphaty* (X_5) yang diberikan oleh KJKS BMT Amanah Ummah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (*tangible* (X_1) , *reliability* (X_2) , *responsiveness* (X_3) , *assurance* (X_4) , *emphaty* (X_5)) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 2.7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.351	.292	1.12158

Dari analisis pada tabel 4.7 diperoleh hasil koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0.292. artinya bahwa 29,2% variabel kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5), sedangkan sisanya 70,8% kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.⁷⁹

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁷⁹ *Ibid.*, 182.

Tabel 4.8
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.370	5	7.474	5.941	.000 ^a
	Residual	69.187	55	1.258		
	Total	106.557	60			

a. Predictors: (Constant), emphaty, responsiveness, assurance, reliability, tangible

b. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas dapat diketahui bahwa F hitung menunjukkan nilai sebesar 5.941 (signifikansi F 0.000), jadi F hitung >F tabel (5.941>2.38) atau signifikansi F < 0.05 (0.000<0.05).Artinya bahwa secara simultan dari indikator *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

c. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁸⁰Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁸⁰*Ibid.*,182.

Tabel 4.9
Hasil uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.006	4.409		-.001	.999
Tangible	.264	.279	.106	.944	.349
Reliability	.361	.126	.321	2.863	.006
Responsiveness	.120	.123	.108	.979	.332
Assurance	-.300	.184	-.179	-1.626	.110
Emphaty	.520	.188	.320	2.763	.008

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari hasil pengujian t pada table 4.9 membandingkan t hitung dan t tabel apabila t hitung > t tabel dengan signifikansi 0.05 (5%) maka secara parsial indikator bebas berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat, sebaliknya apabila t hitung < t tabel dengan signifikansi 0.05 (5%), maka secara parsial indikator bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat.

Dengan membandingkan t tabel, dengan N = 60, $\alpha = 0.05$. Hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Indikator *tangible* (X_1) nilai t hitung sebesar 0.944 < nilai t tabel 1.670 dan nilai p = 0.349 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya, terbukti.

- 2) Indikator *reliability* (X_2) nilai t hitung sebesar $2.863 >$ nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.006 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya, terbukti.
- 3) Indikator *responsiveness* (X_3) nilai t hitung sebesar $0.979 <$ nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.332 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya, terbukti.
- 4) Indikator *assurance* (X_4) nilai t hitung sebesar $-1.626 <$ nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.110 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya, terbukti.
- 5) Indikator *emphaty* (X_5) nilai t hitung sebesar $2.763 >$ nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.008 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya, terbukti.

5. Pembahasan Data Hasil Penelitian

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah secara simultan dan parsial, meskipun dalam uji T (secara parsial) hanya terdapat 2 variabel bebas berpengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

- a. H_2 : Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis 2 (H_2) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya”. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat bahwa hipotesis 2 (H_2) tidak terbukti. Hasil ini berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan melihat nilai t hitung sebesar $0.944 < t$ tabel 1.670 dan nilai $p = 0.349 > 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.264 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya variabel *tangible* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- b. H_3 : Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis 3 (H_3) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya”. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat bahwa hipotesis 3 (H_3) terbukti. Hasil ini berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan melihat t hitung sebesar 2.863 > nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.006 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya semakin tinggi *reliability* (keandalan) yang diberikan kepada nasabah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabahnya. Serta dapat disimpulkan bahwasanya variabel *reliability* berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 61 responden nasabah yang melakukan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya membuktikan bahwa dalam variabel ini menolak H_0 yakni tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service*. Dan menerima H_3 yang menyebutkan adanya pengaruh positif yang signifikan terhadap

kepuasan nasabah yang melakukan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya.

- c. H_4 : Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis 4 (H_4) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya”. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat bahwa hipotesis 4 (H_4) tidak terbukti. Hasil ini berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan melihat t hitung sebesar sebesar 0.979 < nilai t tabel 1.670 dan nilai $p = 0.332 > 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.120. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya variabel *responsiveness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- d. H_5 : Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis 5 (H_5) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah

Surabaya”. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat bahwa hipotesis 5 (H_5) tidak terbukti. Hasil ini berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan melihat t hitung sebesar sebesar $-1.626 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1.670$ dan nilai $p = 0.110 > 0.05$ serta nilai koefisien regresi sebesar -0.300 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya variabel *assurance* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- e. H_6 : Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel *emphaty* terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis 6 (H_6) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *emphaty* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya”. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat bahwa hipotesis 6 (H_6) terbukti. Hasil ini berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan melihat t hitung sebesar $2.763 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1.670$ dan nilai $p = 0.008 < 0.05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0.520 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya semakin tinggi *emphaty* yang diberikan kepada nasabah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabahnya. Serta dapat disimpulkan bahwasanya variabel

emphaty berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 61 responden nasabah yang melakukan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya membuktikan bahwa dalam variabel ini menolak H_0 yakni tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan jasa *pick up service*. Dan menerima H_6 yang menyebutkan adanya pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang melakukan layanan jasa *pick up service* di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya.