

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT As-Salam Sumber Trucuk

Aulia Puspitasari

Ekonomi Syariah, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: aulyapuspitasari11@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service on customer satisfaction at BMT As-Salam Sumber. This research is a quantitative research using a sample of 70 people who are customers who make transactions at BMT As-Salam Sumber. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires, interviews and documentation. The collected data was then analyzed using descriptive statistical tests, validity and reliability tests, classical assumption tests and multiple linear regression tests. The results of data analysis using multiple linear regression analysis indicate that simultaneously, the quality of service consisting of variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy affect the level of customer satisfaction with a value of $F_{hitung} 4.318 > F_{tabel} 1.94$ and a significance of 0, 05. Partially, reliability has a significant effect with a significance value of 0.007. While the factors of physical evidence, responsiveness, assurance and empathy have no significant effect. The most dominant factor influencing member satisfaction is the reliability factor. The conclusion of this study is that increasing the quality of service in terms of reliability can increase member satisfaction.

Keywords: *Quality of service, customer satisfaction*

Citation suggestions: Puspitasari, A. (2022). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT As-Salam Sumber Trucuk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 1(02), 46-52. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga penghimpun dan penyalur dana masyarakat sesuai dengan prinsip syari'ah. Lembaga keuangan pertama yang muncul di zaman para Nabi yakni Baitul Mal. Saat ini, lembaga keuangan telah bertumbuh dan berkembang. Lembaga keuangan syariah yang dikenal saat ini adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT tidak sekadar dianggap sebagai sarana yang menyalurkan harta ibadah misalnya yakni sedekah, infak, zakat, melainkan juga dianggap sebagai lembaga yang menjalankan investasi dan sifatnya produktif (Huda, 2016).

Kemunculan BMT (lembaga keuangan mikro) ini termasuk salah satu hasil tumbuh kembangnya lembaga keuangan dan perekonomian. Lembaga ini cenderung lebih dekat dengan para masyarakat bawah yang berisikan kegiatan pengembangan investasi dan kegiatan usaha produktif. Disamping menjalankan tugas pengumpulan dana dan menyalurkannya, BMT juga menawarkan jasa lainnya, berupa jasa layanan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan kepada anggota BMT. Hal tersebut merupakan salah satu strategi untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah atau anggota BMT. Terdapat keterkaitan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota dalam menjalin hubungan yang kuat dengan pihak BMT. Dimana ikatan tersebut secara jangka panjang memungkinkan pihak BMT lebih paham terhadap keinginan para anggotanya dan apa yang dibutuhkannya (Santoso dan Suprihati, 2015). Sehingga pihak BMT dapat menyusun strategi guna meningkatkan kualitas pelayanan yang diberi.

Konsep kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam beberapa bidang. Terdapat 5 dimensi untuk mengukur kualitas jasa layanan dengan menggunakan suatu model *Service Quality* (Model Servqual) yang dibentuk sebab ada perbandingan dari 2 faktor utama antara lain *Expected Service* (layanan sebenarnya yang

diinginkan/diharapkan) dan *Perceived Service* (persepsi layanan nyata yang mereka peroleh). Diantaranya adalah *Tangibel, Reliability, Responsive, Assurance, Dan Emphaty* (Lupiyoadi dkk., 2009). Selain adanya 5 dimensi servqual diatas, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat anggota BMT dalam memanfaatkan produk BMT seperti kelas sosial, keluarga, persepsi, gaya hidup, motivasi dan kepribadian. Berdasarkan data yang diperoleh ketika studi pendahuluan, diketahui bahwa dalam kurun waktu 2 tahun (2019-2021) terjadi penurunan nasabah di BMT As-Salam Sumber. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa penurunan tersebut disebabkan karena nasabah merasakan kurangnya pelayanan serta perlu ada hal yang menarik minat masyarakat dalam melakukan simpan pinjam apakah itu dari tampilan fisik dari BMT itu sendiri atau dari produk yang ditawarkan. Selain itu, beberapa nasabah juga mengungkapkan bahwa dalam simpanan hendaknya yang menjemput simpanan itu adalah pria mengingat dari segi keamanannya serta perlu adanya reward yang memungkinkan untuk menambah minat anak-anak untuk menabung di BMT.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam sumber. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan bahan pertimbangan guna mengidentifikasi seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT As-Salam Sumber.

Menurut Kotler dan Keller (2018) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan menggunakan jasa yang ditawarkan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan (Sudirman, 2011). Pelayanan terhadap customer khususnya pada nasabah harus berpedoman pada dasar-dasar pelayanan. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap Customer Service telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Selain itu, ciri-ciri pelayanan yang baik harus segera dapat dipenuhi sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu tersedianya sarana dan prasarana yang baik, tersedianya karyawan yang baik dan ramah, bertanggung jawab terhadap pelayanan sejak awal hingga akhir, mampu melayani cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dan berusaha memenuhi kebutuhan customer (Kasmir, 2018). Terdapat 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain: 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. 2) Bertanggung jawab dan terpercaya yaitu suatu sikap selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya. 3) Tidak Menipu yaitu suatu sikap yang sangat mulia adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis. 5) Melayani dengan rendah hati yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat(Rafidah, 2014).

Kotler dan Amstrong (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti emosi pelanggan, fitur produk dan jasa, atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa, persepsi terhadap kewajaran dan keadilan. Selain itu, pengukuran kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan metode yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping, lost costumer analysis* dan survey kepuasan pelanggan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Lupiyoadi dkk., 2009). Menurut Kotler dan Amstrong (2018), hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas jasa berkaitan erat dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan meningkatkan kualitas layanan, produk dan proses pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan). Lokasi penelitian ini adalah BMT As-Salam Sumber. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi di BMT As-Salam Sumber yaitu sebanyak 230 orang. Adapun sampel yang digunakan yaitu sebanyak 70 orang. Terdapat 2 sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari narasumber yaitu dengan menyebarkan angket kepada para responden. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari referensi seperti jurnal, buku dan lain-lain. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Variable independen pada penelitian ini ada 5 yaitu empati, jaminan, daya tanggap, keandalan, serta bukti fisik. Sedangkan variable dependen pada penelitian ini yaitu kepuasan nasabah. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji statistic deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Analisis data pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS for windows.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,420	2,267		2,391	0,020
Bukti fisik	0,067	0,067	0,127	1,008	0,317
Keandalan	0,151	0,054	0,367	2,808	0,007
Daya tanggap	0,070	0,065	0,124	1,076	0,286
Jaminan	0,119	0,094	0,177	1,269	0,209
Empati	0,027	0,058	0,061	0,471	0,639

Berdasarkan tabel 1 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 5.420 + 0.067 X_1 + 0.151 X_2 + 0.070 X_3 + 0.119 X_4 + 0.027 X_5$

Dimana:

- Nilai konstanta ($a+b_1$) sebesar menyatakan bahwa nilai konstanta positif yaitu 5.420, hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif independent variable (kepuasan anggota). Jika terjadi kenaikan satu satuan pada independent variable, maka akan makin naik pula (terpenuhinya) variabel kualitas pelayanan.
- Nilai koefisien bukti fisik (X_1) terhadap kepuasan anggota adalah sebesar 0.067. Artinya nilai koefisien bukti fisik terhadap kepuasan anggota mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan, maka meningkatkan besarnya nilai kepuasan anggota yakni 0.067 atau 6.7%
- Nilai koefisien keandalan (X_2) terhadap kepuasan anggota adalah sebesar 0.151. Artinya nilai koefisien keandalan terhadap kepuasan anggota mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan, sehingga meningkatkan besarnya perolehan nilai kepuasan anggota yakni 0.151 atau 15.1%.
- Nilai koefisien daya tanggap (X_3) terhadap kepuasan anggota adalah sebesar 0.070. Artinya nilai koefisien daya tanggap terhadap kepuasan anggota mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan, sehingga bisa meningkatkan perolehan nilai kepuasan anggota yakni 0.070 atau 7%.
- Nilai koefisien jaminan (X_4) terhadap kepuasan anggota adalah sebesar 0.119. Artinya nilai koefisien jaminan terhadap kepuasan anggota mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan, sehingga meningkatkan nilai kepuasan anggota sebanyak 0.119 atau 11.9%.
- Nilai koefisien empati (X_5) terhadap kepuasan anggota adalah sebesar 0.027. Artinya nilai koefisien empati terhadap kepuasan anggota mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan, sehingga bisa meningkatkan perolehan nilai kepuasan anggota sebanyak 0.027 atau 2.7%.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	0,502a	0,252	0,194	0,59484	2.062

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai adjusted R^2 yakni 0,194, yang mengindikasikan variasi variabel kepuasan anggota bisa diterangkan variasi dari lima variabel diantaranya yakni empati, jaminan, tanggap, keandalan, serta bukti fisik sebesar 19,4 %. Dengan sisa sebesar 80,6 % bisa dijelaskan faktor-faktor lainnya yang tidak disertakan pada model penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik t

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
B	Std. Error	Beta			
5,420	2,267			2,391	0,020
0,067	0,067	0,127		1,008	0,317
0,151	0,054	0,367		2,808	0,007
0,070	0,065	0,124		1,076	0,286
0,119	0,094	0,177		1,269	0,209
0,027	0,058	0,061		0,471	0,639

Berdasarkan tabel 3, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

- Konstanta signifikan, dimana kondisi ini mengindikasikan terjadinya missing variable yang berarti variabel penelitiannya (empati, jaminan, daya tanggap, keandalan, serta bukti fisik) juga dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Dengan demikian peneliti mengharapkan agar ditambahkan variabel lainnya pada penelitian berikutnya.
- Pengujian Hipotesis 1
Variabel bukti fisik memiliki nilai thitung sebesar 1.008 dan besarnya ttabel yakni 1.99 atau nilai thitung < ttabel dimana taraf signifikansinya $0.317 > 0.05$. sehingga bisa peneliti simpulkan bila H_a diterima dan H_0 ditolak. Maksudnya yakni tidak ada pengaruh signifikan bukti fisik terhadap kepuasan anggota di BMT As-Salam Sumber
- Pengujian Hipotesis 2
Variabel keandalan mempunyai perolehan thitung sebesar 2.808 dan ttabel 1.99 atau besarnya thitung > ttabel dimana tingkat signifikansinya $0.007 < 0.05$. sehingga bisa peneliti simpulkan bila H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya keandalan memengaruhi secara signifikan kepuasan anggota di BMT As-Salam Sumber.
- Pengujian Hipotesis 3
Variabel daya tanggap memiliki nilai thitung sebesar 1.076 dan besarnya ttabel yakni 1.99 atau bisa dikatakan bila thitung < ttabel, dimana nilai sig. $0.286 > 0.05$. sehingga peneliti menyimpulkan bila H_a diterima dan H_0 ditolak, maksudnya tidak ada pengaruh signifikan daya tanggap terhadap kepuasan anggota di BMT As-Salam Sumber
- Pengujian Hipotesis 4
Variabel jaminan mempunyai besarnya nilai thitung sebesar 1.269 sedangkan tabel sebesar 1.99 atau bisa dikatakan thitung < ttabel dengan nilai sig. $0.209 > 0.05$. Peneliti akhirnya bisa menyimpulkan bila H_a diterima dan H_0 ditolak, Artinya jaminan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada BMT As-Salam Sumber.
- Pengujian Hipotesis 5
Variabel empati memiliki nilai thitung sebesar 0.471 dan ttabel 1.99 atau bisa dikatakan bila thitung < ttabel dimana nilai sig. $0.639 > 0.05$. sehingga peneliti bisa menyimpulkan jika H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya empati tidak memengaruhi secara signifikan kepuasan anggota pada BMT As-Salam Sumber.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik f

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,640	5	1,528	4,318	0,002a
	Residual	22,646	64	0,354		
	Total	30,286	69			

Berdasarkan data yang tersajikan pada Tabel 4, diketahui bahwa perolehan f hitung yakni 4.318 dimana derajat = $k-1$ ($6-1=5$) dan derajat penyebut = $n-k$ ($70-5=65$) pada taraf signifikansi 5% didapat nilai f tabel yakni 2.36. sebab besarnya nilai f hitung > dari pada f tabel ($4.318 > 2.36$), sehingga bisa dinyatakan bila model regresi bisa dipakai memprediksi ketetapan kepuasan anggota, dengan kata lain independent variable secara simultan memengaruhi kepuasan anggota, maka model tersebut bisa dipergunakan dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Hipotesis pertama yaitu diduga adanya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada BMT As-Salam Sumber. Bukti fisik yang dimaksud pada penelitian ini yaitu kepemilikan dan berada di dalam BMT As-Salam Sumber sebagai penunjang kenyamanan anggota ketika bertransaksi dan berlangsungnya proses transaksi itu sendiri. Adapun bukti fisik dari penelitian ini ialah ruang tunggu yang nyaman, lingkungan yang bersih, lokasinya mudah dijangkau, serta tampilan kantor yang menarik. Variabel bukti fisik mempunyai perolehan nilai sig. 0.317, maka bisa peneliti simpulkan bila variabel bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan. Pernyataan ini mengindikasikan bila H_a ditolak sedangkan H_0 yang berbunyi “tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan anggota” dinyatakan diterima.

Bila ditinjau dari jawaban para responden dalam hasil penyebaran angket, tidak ada pengaruh dari faktor yang memengaruhi variabel bukti fisik yakni BMT As-Salam Sumber dianggap berkategori baik namun belum bisa memuaskan anggota. Penyebabnya ialah kurang memadainya sarana, sempitnya lokasi parkir, serta ruang tunggu yang kurang nyaman bagi anggota. Hal ini senada dengan hasil penelitian Azisah (2019) yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada BMT As-Salam Sumber Trucuk.

Hipotesis yang kedua ialah diduga adanya pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada BMT As-Salam Sumber Trucuk. Keandalan adalah kemampuan BMT untuk memberi pelayanan sesuai janji secara akurat, segera, dan memuaskan. Maksud dari keandalan penelitian ini ialah BMT As-Salam Sumber mampu memberikan layanan tepat waktu, pelayanan yang dilakukan cepat serta profesional. Variabel keandalan mempunyai perolehan nilai sig. yakni 0.007 dimana H_a dinyatakan ditolak sedangkan H_0 yang berbunyi “tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara keandalan dengan kepuasan anggota” dinyatakan diterima.

Berdasarkan hasil angket, diketahui bahwa ada pengaruh positif dan signifikan faktor yang memengaruhi variabel keandalan terhadap kepuasan anggota yakni dimana karyawan BMT As-Salam Sumber Trucuk pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta karyawan dapat diandalkan jika terdapat masalah. Hal tersebut senada dengan penelitian Arimawati dan Djastuti (2013) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis yang ketiga yaitu diduga adanya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada BMT As-Salam Sumber Trucuk. Maksud dari daya tanggap ialah kemampuan BMT As-Salam Sumber dalam memberi layanan kepada para anggota secara tepat dan cepat dengan penyampaian informasi yang bisa dipahami dan bersifat jelas. Daya tanggap bersedia membantu anggota, berdiri menyambut anggotanya. Bersumber dari data yang tersaji, mengindikasikan bila nilai signifikansi daya tanggap yakni 0.286 dimana yang menunjukkan H_a ditolak sedangkan H_0 yang berbunyi “tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara daya tanggap dengan kepuasan anggota” dinyatakan ditolak.

Bila ditinjau dari perolehan hasil angket yang dijawab para responden, terdapat sejumlah unsur yang tidak mendukung yakni dimana para karyawan BMT As-Salam Sumber Trucuk kurang dalam merespon permintaan anggota, dan dengan cepat serta menyelesaikan keluhan anggotanya. Terkait pembahasan ini, menunjukkan kurang tanggapnya BMT As-Salam Sumber Trucuk dalam memberi layanan pada para anggotanya ketika mereka mengalami permasalahan, kurang memberi penjelasan (jawaban) atas pertanyaan yang diajukan anggotanya. Dengan demikian pihak BMT As-Salam Sumber Trucuk dituntut untuk bisa lebih memahami serta memperbaiki kualitas pelayanannya tersebut supaya bisa lebih memuaskan anggotanya dan mampu membangun citra yang positif sekaligus memuaskan anggota BMT As-Salam Sumber Trucuk. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Nurmalina (2021) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara daya tanggap dengan kepuasan anggota.

Hipotesis yang keempat yaitu diduga adanya pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada BMT As-Salam Sumber Trucuk. Maksud dari jaminan ialah kemampuan BMT As-Salam Sumber Trucuk dalam meyakinkan dan memberi pengetahuan dan kepercayaan yang lebih pada anggota sehingga para nasabah yakin untuk bergabung. Jaminan dalam penelitian ini meliputi apakah kerahasiaan nasabah terjamin, memberikan jaminan atas pemberian layanan yang teliti, tepat, dan nyaman. Jaminan memiliki nilai signifikan 0.209 maka bisa peneliti simpulkan bila variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan, sehingga bisa dikatakan bila H_0 ditolak dimana jaminan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggotanya. Jika dilihat dari kuesioner yang disebarkan, memperoleh hasil bila tidak ada pengaruh positif signifikan variabel jaminan terhadap kepuasan anggota yakni dimana karyawan BMT As-Salam Sumber Trucuk belum menumbuhkan rasa kepercayaan, pelayanan yang tepat dan teliti kepada anggota. Dengan demikian bisa peneliti simpulkan bila para anggota belum merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Hipotesis yang kelima yaitu diduga adanya pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pada BMT As-Salam Sumber Trucuk. Empati adalah kemampuan BMT untuk lebih memperhatikan secara tulus dan sifatnya individual dalam memahami kehendak para anggota. Adapun maksud dari empati yakni BMT As-Salam Sumber Trucuk, memiliki kemudahan dalam berkomunikasi, menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan dan karyawan BMT As-Salam Sumber yang sopan dan bersahabat.

Variabel empati mempunyai perolehan nilai sig. 0.639 dimana H_0 ditolak, sedangkan H_a yang berbunyi “tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara empati dengan kepuasan anggota” dinyatakan diterima. Bila ditinjau dari hasil perolehan angket yang sudah diisi para responden, menunjukkan bila tidak ada pengaruh variabel empati terhadap kepuasan anggotanya yakni karyawan BMT As-Salam Sumber Trucuk belum memahami kebutuhan spesifik anggota serta memberikan perhatian secara individual kepada anggota, hingga mengakibatkan para anggotanya belum puas atas pelayanan yang diberikan.

Penyebab terjadinya hal tersebut ialah kurangnya layanan yang sesuai dengan kehendak para anggota. Terkait masalah ini, kualitas pelayanan yang dipengaruhi variabel empati dinilai belum menerapkan praktek apa yang diinginkan para anggotanya. Sebagian besar anggota BMT ini tergolong dengan perekonomian kelas menengah ke bawah dan masih sangat mengutamakan nilai toleransi, kepedulian, serta kekeluargaan antar sesamanya. Sehingga faktor ini pun menjadi dasar perilaku anggota untuk menilai kepuasan yang diberikan. Sehingga bisa dinyatakan bila tidak ada pengaruh positif signifikan empati terhadap kepuasan anggota. Oleh karena itu karyawan BMT As-Salam Sumber Trucuk lebih memaksimalkan lagi faktor empati pada para anggota BMT tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh positif bukti fisik (X_1) terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam Sumber Trucuk. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel keandalan (X_2) terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam Sumber Trucuk. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel daya tanggap (X) terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam Sumber Trucuk. Selain itu ditemukan juga bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel jaminan (X_4) terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam Sumber Trucuk. Tidak ada pengaruh positif empati (X_5) terhadap kepuasan nasabah BMT As-Salam Sumber Trucuk. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti menyarankan kepada BMT As-Salam untuk memperbaiki dan lebih memperhatikan lagi kepuasan pelanggan agar dapat menciptakan mutu pelayanan yang lebih baik.

5. REFERENSI

- Arimawati, R dan Djastuti, I. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kinerja Pegawai Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal Of Management*, 2(2), 19–21.
- Azisah, N. (2019). *pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada BMT*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare.
- Huda, N. (2016). *Baitul Mal Wa Tamwil Sebuah Tinjauan Teoritis*. Jakarta: Amzah.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P dan Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

- Kotler, P dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Jakarta: Pearson.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurmalina, S. (2021). *Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kspps Bmt Assyafi'iyah Berkah Nasional Cabang Pekalongan*. Skripsi. Um Metro.
- Rafidah, R. (2014). *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Jambi.
- Santoso, H dan Suprihati. (2015). Analisis Kepuasan Anggota KJKS BMT Tumang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(3), 5–17.
- Sudirman, D. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanudin Makassar.