

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya KSPPS Yaummi Mas

Sejak tahun 1984, telah ada BMT di Indonesia. Diawali pada seorang mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mendukung organisasi usaha kecil berbasis syariah. Sejarah BMT ada di Indonesia. Kemudian, BMT lebih gencar dipromosikan pada Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) bagai komponen dari PINBUK (Bisnis Usaha Kecil).

BMT mulai bekerjasama pada Lembaga pemberi pinjaman dan peminjam bisnis kecil untuk tetap berdasarkan kepada prinsip ekonomi islam yaitu Ikhlas, tanggap, serta yakin terhadap sistem bagi hasil. BMT selalu berproses dan tetap berkomitmen untuk mencari solusi baru guna meningkatkan perekonomian warga karna krisis muamalah masih terus membesar dari hari ke hari.

Profil BMT Yaummi Mas Pati Cikal berdiri di BMT Yaummi Mas berawal dari Muhammad Jatmiko seorang pemuda dan akhirnya melanjutkan ke Teknosa ITB Bandung, dapat hasil sangat baik menjadi pengelola sebuah bank syari'ah dengan industri hingga pengeboran minyak. Belakangan, bertahun-tahun kemudian, mereka mulai bangkrut penyelidikan mereka juga lebih lama dan bertemu pada BINAMA. terhitung November 1994, sudah ada rencana pelatihan BMT bekerja sama pada Dompot Dhuafa Republika. Selanjutnya, pelatihan Angkatan ke dua yang digerakkan oleh Mas Ery Sudewo dan Mas Jamil Azzaini, sebagai pelatihan BMT terbaik sehingga melahirkan Forum Ekonomi Syari'ah (FES). Dan cuma rentang waktu satu bulan sesudah pelatihan, Bapak Muhammad Jatmiko Ch (yang saat ini jadi ketua pengurus BMT Yaummi Mas) terbentuk BMT dengan nama Koperasi Karyawan BMT Yaummi dan dibantu dengan ustadz-dzah TPA Yaummi Mas dan beberapa tenaga professional.¹

b. Visi, Misi dan Tujuan KSPPS Yaummi Mas

Berikut yaitu visi, misi, dan tujuan yang dimiliki KSPPS Yaummi Mas:

¹ Data Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Mas.

1) Visi

Sebagai lembaga keuangan yang meningkatkan keuntungan dari berlandaskan syari'ah

2) Misi

- a. Menyampaikan, mengupayakan kesepakatan ekonomi sebanding pada nilai syari'ah
- b. Menjunjung tinggi Akhlaqul Karimah untuk mengurus amanah ummat
- c. Memprioritaskan kesukaan untuk meladeni konsumen
- d. Menjadikan BMT Yaummi Mas tumbuh besar menjadi kuat dan tolak ukur kewajaran lembaga keuangan secara normal
- e. Mengembangkan ketentraman konsumen dan melaksanakan pembinaan kaum dhuafa

3) Tujuan

Mengutamakan kepuasan konsumen dan menumbuhkan kesejahteraan nasabah dan pengelola untuk memprioritaskan nilai syari'ah, serta memundi mundikan akhlaqul karimah.

c. **Struktur Organisasi**

Dalam suatu industri, struktur organisasi yaitu suatu susunan atau jabatan yang dimiliki pada seorang anggota tim karyawan yang diberi wewenang sesuai dengan tanggung jawab masing-masing anggota sehingga bisa membantu pimpinan melaksanakan penjagaan dan menyuruh mempertanggungjawabkan kepada pekerjaan yang diberikan pada bawahannya.

Struktur Organisasi KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

a) MANAJEMEN KANTOR CABANG JUWANA

Kepala Cabang : Yogo Nur Setiyo

b) ADMIN

- Wulan Pujaningrum

c) TELLER

- Reni Puji Astuti

- Ika Fitri Nugraheni

d) MARKETING

- Abdul Kholik

- Abdul Rokhim

- Ahmad Aliyanto

- M. Syafiudin Habibi

d. Produk-Produk KSPPS Yaummi Mas

Berikut merupakan produk yang tersedia dari KSPPS Ya Ummi Mas:

1) SI RELA (Simpanan Sukarela Lancar)

SI RELA adalah simpanan sukarela lancar yang tergolong simpanan bebas yang bisa sewaktu-waktu dapat dibuka dan ditutup. Sangat cocok untuk menjadi kas sehari-hari bagi siapa saja.

- a. Porsi bagi hasil sekitar 12 kantong buat pengguna dengan 2,4 persen
- b. Setoran bisa dimulai dari Rp. 10.000,- dan bebas biaya

2) SIDIK AMAL (Simpanan Pendidikan yang Amanah dan Leluasa)

SIDIK AMAL merupakan satu-satunya produk simpan yang dapat digunakan buat membayar pendidikan anak-anak di masa depan.

- a. Jangka waktunya berkisar antara tiga tahun hingga enam bulan.
- b. Setoran dari Rp. 25.000,- per bulan secara teratur, dan bebas maksimal.
- c. Saat jatuh tempo pengambilan sesuai dengan kesepakatan yang sesuai
- d. Memperoleh hadiah peralatan sekolah pada bulan Juli.
- e. Memperoleh porsi bagi hasil dengan jumlah 37 bagian, selaras dengan 7,5% pertahun.
- f. Dapat disamakan pada asuransi konvensional (RIBA tidak banyak bunganya; Gharar dan Maysir adalah dua contohnya). Tetap Sidik Amal lebih memikat.

3) SI MAPAN (Simpanan Masa Depan)

SI MAPAN adalah produk yang agendakan buat mencapai keinginan keuangan yang muncul pada jangka kurun tiga bulan, enam bulan, atau satu tahun, seperti untuk mantu, piknik, renovasi rumah, dan keperluan terkait lain lain.

- a. jadwal bulanan yang biayanya tidak kurang dari Rp. 50.000 dan dapat dipetik tergantung janji yang telah disetujui.
- b. Memperoleh bagi hasil pada porsi senilai 27 bagian sesuai dengan peningkatan tarif sekitar 5,5 persen.

4) SI WAPRES (Simpanan Siswa Berprestasi)

Si Wapres adalah produksi simpanan khusus yang ditujukan buat peserta didik, membentuk keinginan menabung, dan menyiapkan keuangan sedari dini.

- a. Memperoleh bagi hasil setara ketentuan manajemen, dengan tingkat bonus 12 bagian sebanding dengan 2,4 persen.
- b. Setoran awal seharga Rp. 10.000,- dan bisa setor dengan jumlah dan waktu bebas.
- c. Hanya bulan Juni dan Desember yang digunakan untuk waktu penarikan.
- d. Selama bulan Juli dan Januari memperoleh hadiah.

5) SI HAJI atau SI UMROH (Simpanan Haji atau Umroh)

Produk ini ditujukan buat digunakan dalam menunaikan ibadah haji ataupun umrah. Simpanan tabungan haji berfungsi pada orang-orang yang ingin pergi melaksanakan niat hati mendatangi tanah suci (makkah baitullah).

- a. Memperoleh porsi bagi hasil yang berkaitan pada hasil kira-kira bonus kisaran 40 bagian dengan peningkatan tarif 8,2% - Bonus terbaik dengan simpanan lain buat menolong orang berangkat haji ataupun umrah.
- b. Setoran minimum Rp. 100.000,- dan seterusnya bebas kapan saja dan menarik cuma dipakai buat haji atau umroh.

6) SI QURBAN (Simpanan Qurban)

Ini yaitu produksi simpanan yang digunakan buat warga yang pengen qurban di hari raya Idul Adha. Simpanan ini berfungsi buat semua orang buat mengelola donasi mereka untuk qurban.

- a. Memperoleh porsi bagi hasil dengan ketetapan manajemen, bonus perkiraan kira kira 37% kurang lebih 7,5persen
- b. Setoran minimum Rp. 100.000,- dan seterusnya bebas yang hanya dapat dipakai buat qurban.

7) ARISAN UKHUWAH

Ini adalah produksi yang diperuntukkan buat bersamaan (massal) oleh pelanggan menyimpan dana x bulan, dengan tujuan akhirnya menerima dana xx bulan.

- a. Memperoleh porsi bagi hasil pada ketetapan manajemen, lalu mendapatkan prediksi bonus kira kira 37 bagian setara 3,7% - diserahkan setengah uang kontan setengah

uang undian berhadiah (mulai tahun 2018 hadiah utama satu unit mobil Karimun GS)

- b. Setoran arisan dan lama harinya ditentukan oleh rencana yang dibuat (misal arisan program adalah Rp. 10.000,- untuk periode 24 jam).²

2. Gambaran Umum Responden

a. Deskripsi Data Responden

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan, diperoleh total dan presentase jenis kelamin responden, yakni dapat diperhatikan berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki Laki	14	15,2%
Perempuan	78	84,8%
Jumlah	92	100%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil data yang disajikan di atas menyatakan bahwasanya responden yang jenis kelamin lelaki berjumlah 14 orang atau sekitar 15,2%. Sedang perempuan berjumlah 78 atau sekitar 84,8%. Hal ini menyatakan bahwasanya kebanyakan responden survei di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana dominan jenis kelamin perempuan.

2. Usia

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan, diperoleh total dan presentase umur responden, yakni bisa diamati sesuai tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-22 tahun	55	59,8%
23-28 tahun	11	12,0%
29-34 tahun	8	8,7%
35-40 tahun	9	9,8%
>40 tahun	9	9,8%
Jumlah	92	100%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

² Data Dokumentasi, Profil KSPPS Yaummi Mas.

Pada data yang telah dipaparkan bisa disimpulkan bahwasanya kebanyakan responden berusia 17-22 tahun dengan presentase 59,8% yang mana nyaris separuh dari nilai seluruh responden. paling terendah berumur 29-34 tahun yang mana cuma mempunyai tingkat presentase 8,7%.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan, diperoleh total dan presentase pendidikan terakhir responden, yakni dapat diamati berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	7	7,6%
SMP	3	3,3%
SMA	59	64,1%
S1	23	25%
S2	0	0
Jumlah	92	100%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari data tersebut, bisa dijelaskan mayoritas responden pendidikan SMA dengan presentase 64,1%. Sedang yang tidak ada sama sekali yakni berpendidikan S2.

4. Pekerjaan

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan, diperoleh jumlah dan presentase pekerjaan responden, yakni bisa diamati berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	54	58,7%
PNS	2	2,2%
Karyawan Swasta	14	15,2%
Wirausaha	22	23,9%
Jumlah	92	100%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari tabel tersebut, bisa disimpulkan rata-rata responden mempunyai pekerjaan menjadi pelajar/mahasiswa dengan mendapat presentase sebanyak 58,7% responden. Sedangkan yang bekerja menjadi PNS mempunyai presentase yang paling terendah yaitu cuma 2,2% responden.

5. Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan, diperoleh total dan presentase lama menjadi nasabah responden, yakni bisa diamati berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berapa Lama	Jumlah	Responden
1-2 tahun	67	72,8%
2-3 tahun	4	4,3%
3-4 tahun	6	6,5%
4-5 tahun	0	0
>5 tahun	15	16,3%
Jumlah	92	100%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan data tersebut, bisa dikatakan bahwasanya responden yang telah jadi nasabah kira-kira 1-2 tahun memiliki jumlah presentase tertinggi yaitu berjumlah 72,8%. Kemudian responden yang sudah jadi nasabah lebih 5 tahun mempunyai presentase sebesar 16,3%.

b. Deskripsi Angket

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan analisis data, pertanyaan-pertanyaan berikut disajikan kepada masing-masing responden dengan urutan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Jawaban Responden atas Kualitas Pelayanan

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X1.1	0	0	12	13%	29	31,5%	40	43,5%	11	12%
X1.2	0	0	20	21,7%	38	41,3%	25	27,2%	9	9,8%
X1.3	4	4,3%	17	18,5%	33	35,9%	26	28,3%	12	13%
X1.4	1	1,1%	15	16,3%	25	27,2%	34	37%	17	18,5%
X1.5	2	2,2%	15	16,3%	27	29,3%	28	30,4%	20	21,7%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan data tersebut, berikut penjelasan lebih lanjut:

- 1) Pada pernyataan ke-1, terdapat 12 orang (13%) menjawab tidak setuju, terdapat 29 orang (31,5%), terdapat 46 orang (50%) menjawab netral, terdapat 40

orang ((43,5%), dan 11 orang (12%) menjawab sangat setuju.

- 2) Pernyataan ke-2, terdapat 20 orang (21,7%) menjawab tidak setuju, terdapat 38 orang (41,3%) menjawab netral, terdapat 25 orang (27,2%) menjawab setuju, dan 9 orang (9,8%) menjawab sangat setuju.
 - 3) Pernyataan ke-3, terdapat 4 orang (4,3%) menjawab sangat tidak setuju, terdapat 17 orang (18,5%) menjawab tidak setuju, terdapat 33 orang (35,9%) menjawab netral, terdapat 26 orang (28,3%) menjawab setuju, dan 12 orang (13%) menjawab sangat setuju.
 - 4) Pernyataan ke-4, terdapat satu orang (1,1%) jawab sangat tidak setuju, terdapat 15 orang (16,3%) jawab tidak setuju, terdapat 25 orang (27,2%) menjawab netral, terdapat 34 orang (37%) jawab setuju, dan 17 orang (18,5) jawab sangat setuju.
 - 5) Pada pernyataan ke-5, terdapat dua (2,2%) jawab sangat tidak setuju, terdapat 15 orang (16,3%) jawab tidak setuju, terdapat 27 orang (29,3%) jawab netral, terdapat 28 orang (30,4%) jawab setuju dan 20 orang (21,7%) jawab sangat setuju.
2. Variabel Kualitas Produk (X2)

Berdasarkan hasil analisis data yang dilaksanakan, diperoleh presentase disetiap jawaban responden, yaitu:

Tabel 4.7

Jawaban Responden atas Kualitas Produk

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X2.1	1	1,1%	14	15,2%	31	33,7%	34	37%	12	13%
X2.2	0	0	7	7,6%	24	26,1%	40	43,5%	21	22,8%
X2.3	0	0	8	8,7%	21	22,8%	41	44,6%	21	22,8%
X2.4	1	1,1%	8	8,7%	21	22,8%	41	44,6%	21	22,8%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari tabel tersebut, berikut penjelasan lebih lanjut:

- 1) Pada pernyataan ke-1, terdapat satu orang (1,1%) memilih sangat tidak setuju, terdapat 14 orang (15,2%) memilih tidak setuju, terdapat 31 orang (33,7%) memilih netral, terdapat 34 orang (37%) memilih setuju dan 12 orang (13%) memilih sangat setuju.

- 2) Pada pernyataan ke-2, terdapat 7 orang (7,6%) memilih tidak setuju, terdapat 24 orang (26,1%) memilih netral, terdapat 40 orang (43,5%) memilih setuju dan 21 orang (22,8%) menunjukkan sangat setuju.
 - 3) Pada pernyataan ke-3, terdapat 8 orang (8,7%) memilih tidak setuju, terdapat 21 orang (22,8%) memilih netral, terdapat 41 orang (44,6%) memilih setuju dan 21 orang (22,8%) memilih sangat setuju
 - 4) Pada pernyataan ke-4, terdapat 1 orang (1,1%) memilih sangat tidak setuju, terdapat 8 orang (8,7%) memilih tidak setuju, terdapat 21 orang (22,8%) memilih netral, terdapat 41 orang (44,6%) memilih setuju dan 21 orang (22,8%) memilih sangat setuju
3. Variabel Kepercayaan Nasabah (X3)
 Hasil olah data disajikan kepada masing-masing responden yaitu:

Tabel 4.8

Jawaban Responden atas Kepercayaan Nasabah

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X3.1	0	0	5	5,4%	21	22,8%	46	50%	20	21,7%
X3.2	0	0	9	9,8%	24	26,1%	40	43,5%	19	20,7%
X3.3	0	0	7	7,6%	28	30,4	41	44,6%	16	17,4%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari data tersebut, berikut penjelasan lebih lanjut:

- 1) Pada pernyataan ke-1, terdapat 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, terdapat 21 orang (22,8%) menjawab netral, terdapat 46 orang (50%) menjawab setuju dan 20 orang (21,7%) menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan ke-2, terdapat 9 orang (9,8%) menjawab tidak setuju, terdapat 24 orang (26,1%) menjawab netral, terdapat 40 orang (43,5%) menjawab setuju dan 19 orang (20,7%) menjawab sangat setuju.
- 3) Pada pernyataan ke-3, terdapat 7 orang (7,6%) menjawab tidak setuju, terdapat 28 orang (30,4%) menjawab netral, terdapat 41 orang (44,6%) menjawab setuju dan 16 orang (17,4%) menjawab sangat setuju.

4. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil data yang disajikan, diperoleh presentase disetiap jawaban responden, yaitu:

Tabel 4.9

Jawaban Responden atas Loyalitas Nasabah

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y1	0	0	10	10,9%	37	40,2%	33	35,9%	12	13%
Y2	1	1,1%	8	8,7%	34	37%	40	43,5%	9	9,8%
Y3	1	1,1%	10	10,9%	43	46,7%	27	29,3%	11	12%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, berikut penjelasan lebih lanjut:

- 1) Pada pernyataan ke-1, terdapat 10 orang (10,9%) jawab TS, terdapat 37 orang (40,2%) jawab netral, terdapat 33 orang (35,9%) jawab S dan 12 orang (13%) menjawab sangat setuju.
- 2) Pada pernyataan ke-2, terdapat 1 orang (1,1%) jawab sangat tidak setuju, terdapat 8 (8,7%) menjawab tidak setuju, terdapat 34 orang (37%) menjawab netral, terdapat 40 orang (43,5%) menjawab setuju dan 9 orang (9,8%) menjawab sangat setuju.
- 3) Pada pernyataan ke-3, terdapat 1 orang (1,1%) jawab sangat tidak setuju, terdapat 10 orang (10,9%) jawab tidak setuju, terdapat 34 orang (46,7%) menjawab netral, terdapat 27 orang (29,3%) menjawab setuju dan 11 orang (12%) jawab sangat setuju.

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji ini digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu pernyataan, uji validitas memakai program SPSS 25. Perhitungan r_{tabel} tersebut berdasarkan pada rumus $df = n-2 = 30-2 = 28$ pada tingkat signifikan sebanyak 5% (0,05). Hingga bisa didapati bahwasanya r_{tabel} sebesar 0,361. Dikatakan valid bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, begitupun sebaliknya. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak valid.³ Jumlah non-responden survei ini sekitar 30 responden yang diperoleh pada para nasabah di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana. Berikut adalah hasil uji validitas terhadap non responden:

³ Sunyoto, *Validitas Dan Reliabilitas : Dilengkapi Analisis Data Dalam Penelitian Kesehatan*.

1) Kualitas Pelayanan

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,632	0,361	Valid
X1.2	0,842	0,361	Valid
X1.3	0,758	0,361	Valid
X1.4	0,771	0,361	Valid
X1.5	0,809	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

2) Kualitas Produk

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,613	0,361	Valid
X2.2	0,821	0,361	Valid
X2.3	0,559	0,361	Valid
X2.4	0,484	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

3) Kepercayaan Nasabah

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X3.1	0,858	0,361	Valid
X3.2	0,912	0,361	Valid
X3.3	0,896	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

4) Loyalitas Nasabah

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Variabel	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,876	0,361	Valid
Y2	0,818	0,361	Valid
Y3	0,942	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Sesuai data tersebut, terdapat bahwa r_{tabel} 0,361. Sedang r_{hitung} didapatkan dengan hasil yang lebih tinggi. Artinya keseluruhan item-item tersebut valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji tersebut dilaksanakan menjadi uji kemampuan angket mengukur indikator. Sebuah angket dikatakan bisa diandalkan disebut reliabel, jawaban terus konsisten pada kenyataan yang ada. Buat menguji reliabilitas instrumen yakni berdasarkan pada nilai *Cronbach alpha* bernilai lebih 0,60.⁴ Didapatkan hasil uji reliabilitas, yaitu:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,730	Reliabel
Kualitas Produk	0,448	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	0,864	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,853	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Menurut data yang diatas, bisa dilihat apabila angka *cronbach alpha* lebih dari 0,60 bisa diartikan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas biasa dipakai oleh peneliti untuk melihat hasil uji apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi data normal ataupun tidak. Pada analisis tersebut peneliti memakai uji normalitas jenis uji Kolmogorov Smirnov. dikatakan normal bila nilai dari Kolmogorov Smirnov tidak sig (Asymp. Sig caranya dengan (2-tailed) > 0,05).⁵ Didapatkan hasil uji yaitu:

⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*.

⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011115.

Tabel 4.15
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.50535653
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.061
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

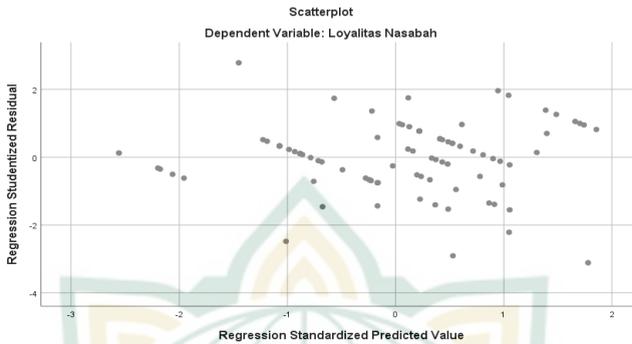
Pada data output SPSS yang telah disajikan, analisis Kolmogorov-Smirnov menyatakan nilai Asymp.Sig sekitar 0,099. Angka ini lebih besar dari signifikan yakni 0,05. Sehingga bisa dikatakan data distribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memahami ada atau tidaknya kesamaan variasi nilai residul dalam satu observasi tertentu. Saat melihat grafik p-plot, perlu diperhatikan bahwa heteroskedastisisme dapat terjadi kalau titik titik pada grafik membentuk pola dengan teratur. Kebalikannya, kalau titik-titik suatu grafik memencar atau terletak di atas atau di bawah nilai 0 sumbu Y, dapat diartikan tidak terjadi heterostisitas.⁶ Berikut hasil uji heterostisitas scatterplot:

⁶ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterostisitas



Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Pada hasil uji heterostisitas tersebut, bisa diartikan bahwasanya ada titik titik yang memencar dengan teratur atau menyebar sangat bagus. Bisa diartikan tidak mengalami gejala heterostisitas

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji tersebut yaitu menentukan seberapa sering interkorelasi terjadi atau (hubungan kuat) antara variabel independen. Hasilnya penelitian yang baik menunjukkan bahwa multikolinearitas dianggap lulus, berdasarkan keluaran SPSS untuk kolom toleransi menyatakan angka yang lebih besar dari 0,10 dengan angka *Varian Inflation Factor* (VIF) di bawah angka 10.⁷ Berikut ini hasil pengujian multikolinearitas:

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.464	.947		.490	.625	
	kualitas Pelayanan	.069	.041	.122	1.675	.098	.875
	Kualitas Produk	.177	.075	.232	2.359	.021	.483
	Kepercayaan	.542	.103	.531	5.268	.000	.458

a. Dependent Variable: Loyaltitas Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel tersebut disajikan terlihat bahwasanya setiap variabel mempunyai angka toleransi lebih tinggi dari nilai yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu sebanyak 0,01. Kualitas layanan mempunyai nilai toleransi sebanyak 0,875,

⁷ Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*.

kualitas produk memiliki nilai toleransi sebanyak 0,483, kepercayaan mempunyai nilai toleransi sebanyak 0,458. Nilai VIF mengungkapkan bahwasanya setiap variabel bebas mempunyai nilai kurang dari 10 yakni kualitas pelayanan sebanyak 1,143, kualitas produk sebanyak 2,072, dan kepercayaan sebanyak 2,182 kemudian bisa diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk memahami beberapa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 4.17
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.464	.947		.490	.625
	Kualitas Pelayanan	.069	.041	.122	1.675	.098
	Kualitas Produk	.177	.075	.232	2.359	.021
	Kepercayaan	.542	.103	.531	5.268	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Berdasarkan data yang disajikan, berikut sebuah model persamaan model regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,464 + 0,069 + 0,177 + 0,542$$

Berikut adalah interpretasi dari model regresi di atas:

- 1) Nilai konstanta sebanyak 0,464 menandakan bahwasanya pada kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan diabaikan atau nilai nol, maka loyalitas nasabah sebanyak 0,464.
- 2) Nilai koefisien buat variabel kualitas layanan sebanyak 0.069 yang bila kualitas pelayanan dinaikkan atau diturunkan satuan, kenaikan atau penurunan angka sebanyak 0.06 kemudian dijelaskan terjadi hubungan positif.

- 3) Nilai koefisien buat variabel kualitas produk sebanyak 0.177 yang bila kualitas produk dinaikkan atau diturunkan satuan, kenaikan atau keturunan angka sebanyak 0.177 kemudian dijelaskan terjadi hubungan positif.
- 4) Nilai koefisien buat variabel kepercayaan sebanyak 0.542 yang bila kepercayaan dinaikkan atau diturunkan satuan, kenaikan atau keturunan angka sebanyak 0.542 menyatakan terjadi hubungan positif.

b. Uji Koefisien Determinasi (adj.R²)

Uji koefisien determinasi (adj.R²) digunakan untuk menguji seberapa jauh kapabilitas variabel independent ketika menggambarkan kejelasan variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen dengan melihat angka (adj.R²) pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.576	1.53080

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari data tersebut, diketahui jika angka Adjusted R² sebanyak 0,576. Bisa diartikan bahwasanya presentase pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan sebesar 57,6%. Selanjutnya dipengaruhi pada variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian tersebut.

c. Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan buat memahami seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan kepercayaan (X3) apakah berpengaruh pada loyalitas nasabah (Y) di KSPPS Yaummi Mas secara parsial ataupun tidak

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.464	.947		.490	.625
	Kualitas Pelayanan	.069	.041	.122	1.675	.098
	Kualitas Produk	.177	.075	.232	2.359	.021
	Kepercayaan	.542	.103	.531	5.268	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari data yang telah disajikan, berikut pengaruh antar masing-masing variabel independen pada variabel dependen:

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan data yang sudah dilaksanakan kepada variabel kualitas pelayanan mempunyai t_{hitung} sebanyak 1,675 dengan nilai signifikan 0,098. Oleh karena itu dibuat perbandingan antara angka t_{tabel} 1,986 dan angka signifikan 0,05. bahwa diartikan t_{hitung} sebesar $1,675 < t_{tabel}$ 1,986 dan nilai signifikan $0,098 > 0,05$. Akibatnya H1 tolak, yang mana kualitas pelayanan yang dilakukan pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan uji yang sudah dilaksanakan, pada variabel kualitas produk mempunyai t_{hitung} sebanyak 2,359 dengan angka signifikan 0,021. Maka dibuat perbedaan antara angka t_{tabel} 1,986 dan nilai signifikan 0,05. bahwa diartikan t_{hitung} sebesar $2,359 > t_{tabel}$ 1,986 dan nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Akibatnya H2 diterima, terlihat jelas bahwasanya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

3) Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil uji yang sudah dilaksanakan, pada variabel kepercayaan mempunyai t_{hitung} sebanyak 5,268 dengan nilai signifikan 0,000. Maka dari itu dibuat perimbangan antara nilai t_{tabel} 1,986 dan nilai signifikan 0,05. Bisa disimpulkan t_{hitung} sebesar $5,268 > t_{tabel}$ 1,986 dan nilai

signifikan $0,000 < 0,05$. Akibatnya H_3 diterima, terlihat jelas bahwasanya kepercayaan berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah terhadap KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

d. Uji F (Simultan)

Uji tersebut digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan) mempunyai pengaruh bersamaan kepada variabel dependen (loyalitas nasabah). Hal tersebut dapat membandingkan antar F_{hitung} dan F_{tabel} , dengan menentukan $F_{tabel} = F(k; n-k)$ bilamana n yaitu banyaknya nilai sampel dan k total variabel independen kemudian $F(3; 89) = 2,71$.⁸ Berikut hasil uji F:

Tabel 4.20
Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	296.394	3	98.798	42.161	.000 ^b
	Residual	206.215	88	2.343		
	Total	502.609	91			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS, 2023

Dari data yang dipaparkan, didapatkan hasil dengan F_{hitung} adalah 42,161 dan F_{tabel} 2,71. Sehingga dapat menunjukkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya bisa dikatakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

Berdasarkan hasil penelitian diartikan bahwasanya variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,675 < 1,986$) pada tingkat signifikansi $0,098 > 0,05$. Dimana H_0 diterima dan H_1

⁸ Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.

ditolak yakni Kualitas Pelayanan tidak terpengaruh pada loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

Kualitas pelayanan yaitu bentuk usaha buat mencapai kemauan dan keinginan pelanggan dan ketetapan penyampaian dalam menyeimbangkan keinginan pelanggan.⁹ Dapat saya simpulkan bahwa kualitas layanan yang bisa memberikan bantuan untuk memuaskan keperluan dan kebutuhan warga. Pada situasi ini, industri yang mempersiapkan pelayanan, perlu terus berkomunikasi dengan pelanggan dan pemilik bisnis. Selain itu, faktor-faktor dari sudut pandang pegawai semacam tingkah laku dan kepandaian saat memberikan info adalah hal yang penting untuk meladeni dengan bagus. Namun kenyataannya, hasil penelitian menyebutkan bahwasanya kualitas layanan tidak terpengaruh akan pada loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sepadan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Maris Agung Triandewo dan Yustine yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen yang menyatakan bahwasanya variabel kualitas pelayanan tidak terpengaruh pada loyalitas nasabah. Dalam tersebut ditetapkan pada nilai t_{hitung} sebanyak 1,684 sedangkan t_{tabel} 1,96 sehingga H1 ditolak.¹⁰

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk didapatkan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,359 > 1,986$) pada tingkat signifikansi $0,021\% < 0,05$. Hasilnya, H2 diterima dan Ho ditolak, yakni Kualitas Produk terpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

Kualitas produk yaitu suatu faktor terpenting pada positioning produk. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap produksi dan penjualan. Karena itu, kualitas mempunyai hubungan yang kuat pada kuantitas atau keinginan konsumen.¹¹

⁹ Malik Ibrahim and Siti Mariyam Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4, no. 1, 2019, 82-175, <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>.

¹⁰ Maris Agung Triandewo and Yustine, "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen," *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 22, no. 1, 2020, 13-24, <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>.

¹¹ Rizal Zulkarnain, Her Taufik, and Agus David Ramdanyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2020, 1-24.

Bisa diartikan bahwasanya produksi yang bagus dan bermutu bisa sangat mudah menarik minat para nasabah buat kebutuhannya dan keperluan nasabah harus setara agar bisa memberikan kesenangan pada nasabah.

Hasil penelitian tersebut sebanding dengan penelitian yang dilaksanakan oleh M. Irza Al-Ghifari dan Khusnudin yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia menyatakan bahwasanya variabel kualitas produk mempunyai dampak positif dan signifikan pada loyalitas nasabah. Sehingga bisa diamati dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,083 > 0,213$) atau nilai signifikan lebih rendah dari 5% ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.¹²

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variabel kepercayaan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,268 > 1,986$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak, yaitu Kepercayaan terpengaruh pada loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwasanya setiap produksi mempunyai atribut tertentu. Hubungan objek-atribut yakni kepercayaan pelanggan mengenai peluang adanya hubungan antar sebuah objek pada atribut yang penting. Dapat disimpulkan bahwasanya makin tinggi kepercayaan nasabah kepada bank, bisa jadi pelanggan terus bertransaksi pada bank tersebut dan juga menyarankan bank pada nasababh lain. Sehingga tingkat kepercayaan yang besar bisa mengganti konsumen yang puas jadi konsumen yang setia.

Hasil penelitian tersebut sepadan pada penelitian yang dilaksanakan oleh Adelina Lubis, Ihsan Effendi dan Dhian Rosalina yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan yang menunjukkan bahwasanya variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas nasabah. Kesimpulannya dinyatakan pada $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,688 > 1,670$) atau

¹² M. Irza Al-Ghifari and Khusnudin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 2, 2022, 34-421, [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883).

nilai signifikan sebanyak $0,000 <$ dari $0,05$. Akibatnya, bisa diartikan bahwasanya H_0 ditolak.¹³

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwasanya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $42,161 > 2,71$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga H_4 diterima dan H_0 ditolak, jadi bisa diartikan Kualitas layanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan yang bersamaan terpengaruh pada Loyalitas Nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.

Menurut teori Swastha dan Handoko, loyalitas nasabah dipengaruhi pada lima faktor yakni kualitas produk yang terpaut satu sama lain pada layanan yang diberi rasa percaya akan melahirkan ide yang dapat mengembangkan usaha tersebut. Dan biaya yang terkait pada pola pikir pelanggan dimana bila suatu penyedia jasa atau pihak bank bisa mendapatkan banyak biaya dengan menjalankan promosi atau manufaktur hingga setiap produk yang diproduksi sempurna. Akibatnya, nasabah memiliki pandangan yang bisa menimbulkan rasa setia terhadap produk itu.

Hasil penelitian tersebut sebanding pada penelitian yang dilaksanakan oleh Moch Soleh yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo menyatakan bahwasanya secara bersama (simultan) kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁴

¹³ Adelina Lubis, Ihsan Effendi dan Dhian Rosalina, “Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan” 3, no. 4, 2022 896–902, <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>.

¹⁴ M Soleh and D U Wahyuni, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo,” Jurnal Ilmu Dan Riset, 2018.