

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara

1. Sejarah Berdirinya KSPPS Bmt Lumbung Artho Jepara

Berawal dari rasa keprihatinan akibat krisis multidimensional yang melanda bangsa Indonesia pada tahun 1988, dimana segenap Pengurus Yayasan Al-Islah Potroyudan yang menangani anak-anak yatim, dhuafa dan para janda juga dapat merasakan dampaknya. Sejak terjadinya krisis tersebut, banyak para donatur Yayasan Al-Islah yang berhenti, mengingat usaha para donatur banyak mengalami kemacetan serta ada pula yang mengalami PHK. Sementara itu disisi lain Pengurus senantiasa mempunyai kewajiban untuk menghidupi anak-anak yatim dan dhuafa yang berada di panti asuhan Al-Islah. Semakin lama, semakin berat beban yang harus ditanggung pengurus yayasan Al-Islah, karena ternyata keinginan masyarakat untuk memasukan anaknya ke panti asuhan Al-Islah semakin besar, sementara itu sumber pendanaan Yayasan semakin terbatas.

Sejak saat itu pengurus yayasan berfikir bahwa untuk menghidupi anak-anak yatim piatu dan dhuafa yayasan Al-Islah harus mampu melakukan usaha yang mendatangkan hasil secara rutin dan kontiyu agar dapat menopang sebagian kebutuhan panti asuhan Al-Islah serta program-program lainnya. Dalam beberapa kesempatan sudah muncul berbagai ide jenis usaha yang sekiranya dapat dilakukan oleh pengurus Yayasan Al-Islah.

Dari berbagai ide yang muncul akhirnya mengerucut pada usaha pembuatan lembaga keuangan yang menggunakan system syariah. Dari berbagai hasil konsultasi serta study banding, akhirnya disepakati pembentukan Koperasi Serba Usaha dengan salah satu unitnya berupa simpan pinjam dengan menggunakan system syariah berlabel Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) "LUMBUNG ARTHO". Sesuai data Dinas Koperasi Kabupaten Jepara, bahwa baru pertama kali inilah ada koperasi yang menggunakan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS). Meningat pada saat itu banyak sekali yang menggunakan istilah BMT, tetapi dalam kenyataanya system yang digunakan masih konvensional dengan system bunga. Meskipun istilah UJKS masih terasa

asing bagi masyarakat jepara, tetapi pengurus beserta Nasabah koperasi bertekat bulat untuk manggunkan istilah tersebut.

Bukan hanya dalam oprasionalnya yang manggunkan system syariah, akan tetapi juga pendanaannya. Hal ini sesuai peraturan yang berlaku sebagaimana yang telah diatur dalam Keputusan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004, tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Dan diperkuat dengan peratran Menteri No. 39/Per/M.KUKM/XII/2007, tentang Pedoman Pengawasan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah.

Dengan berdirinya KSU UJKS “LUMBUNG ARTHO” ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang nyata kepada Yayasan karena pengurus dan Nasabah Koperasi telah sepakat bahwa 30% Sisa Hasil Usaha (SHU) Koperasi diberikan untuk Yayasan Al-Islah Potroyudan Jepara.

Dengan demikian, kedepan diharapkan Yayasan Al-Islah mampu secara mandiri mencukupi kebutuhan dari bagi hasil usaha ekonomi produktif yang teah dilakukannya selama ini. Oleh karena itu, dalam oprasionalnya KSU UJKS LUMBUNG ARTHO mengambil slogan “*Membangun Kemandirian*”. Secara resmi KSU UJKS LUMBUNG ARTHO memperoleh status Badan Hukum pada tanggal 30 Oktober 2009 dengan Nomor 518/239/BH/XIV.10/X/2009 dan beroprasional setelah diresmikan oleh Bupati Jepara pada tanggal 8 Desember 2009.

2. Visi Dan Misi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara

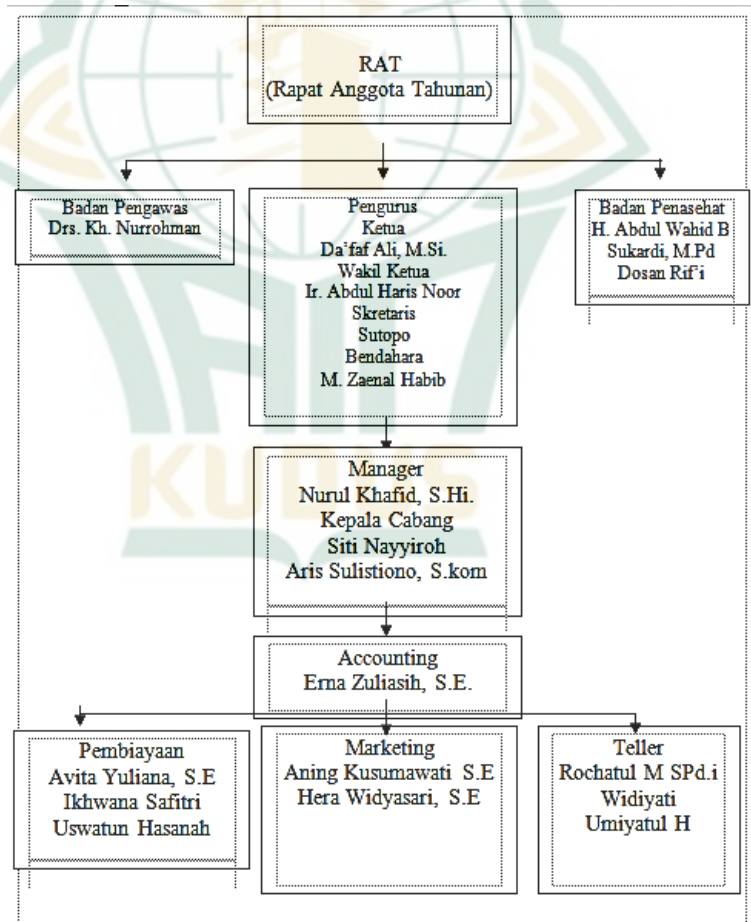
Adapun visi dan misi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara adalah sebagai berikut :

- a. Visi
Visi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara adalah “Menjadi lembaga Keuangan Syariah yang mandiri, kuat dan sejahtera”.
- b. Misi
 - 1) Melaksanakan Management Koperasi secara Profesional.
 - 2) Melaksanakan transaksi Syariah sesuai prosedur.
 - 3) Meningkatkan pelayanan kepada Nasabah sesuai prosedur.

- 4) Meningkatkan kualitas SDM, Nasabah, pengurus, dan pengelola.
- 5) Membangun prinsip kemandirian dalam pengelola.

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara

Dalam KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya memiliki struktur organisasi. Agar gungsi tersebut berjalan dengan baik, maka perlu penempatan orang-orang baik itu sebagai karyawan atau pegawai. Hal ini diharapkan dapat lebih meningkatkan rasa tanggung jawab dari setiap karywan aataupun pegawai. Berikut ini gambaran struktur organisasi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara :



- a. Nama Koperasi : KSPPS BMT LUMBUNG ARTHO
- b. Tanggal berdiri : 30 Oktober 2009
- c. Alamat :
Jalan : Jl. MT. Haryono No. 14
Ruko Pasar Jepara II
No. 04 Jepara
- Nomor Telepon : (0291) 597917
- Kelurahan : Jobokuto
- Kecamatan : Jepara
- Kabupaten : Jepara
- Propinsi : Jawa Tengah
- d. No. Akta Pendirian : 518/239/BH/XIV.10/X/2009
- e. No dan tanggal pengesahan Badan Hukum:
518/239/BH/XIV.10/X/2009 Dan 30 Oktober 2009

Jumlah Nasabah

No	Jenis Nasabah	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Nasabah Pendiri	28	28	28	28	28
2.	Nasabah Biasa	17	17	17	16	16
3.	Calon Nasabah	2860	3936	4712	5398	6008

- Legalisasi Lembaga :
- NPWP : 02.773.286.6-516.000
- SIUP : 510/39/PK/III/2011
- TDP : 112626400041
- Ijin Simpan Pinjam : 518/07/SISPK/II/2011

4. Produk KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara

Dalam menjalankan aktivitasnya KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara menawarkan berbagai macam produk dan masing-masing produk memiliki fungsi yang berbeda-beda. KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara pada umumnya menawarkan dua macam produk dan masing-masing memiliki klasifikasi yang berbeda-beda pula. Produk-produk tersebut adalah sebagai berikut :

a. Produk Simpanan (*Funding*)

Produk pendanaan merupakan produk yang berhubungan dengan dana pihak ketiga (simpanan dan

simpanan berjangka). Produk pendanaan di KSPPS BMT Lumbang Artho Jepara terdiri dari :

1) Simpanan Si RAJA (Simpanan Rakyat Jepara)

Adalah simpanan bagi segenap Nasabah yang dilakukan setiap saat yang bisa dilakukan dengan cara disetorkan sendiri atau dengan cara diambil oleh petugas. Simpanan ini dapat diambil sewaktu-waktu tanpa ada persyaratan waktu yang meningkat, tanpa dipotong biaya administrasi dan pajak.

2) Simpanan Si Upik (Simpanan Umum Pendidikan)

Adalah simpanan yang diperuntukan untuk biaya pendidikan anak dari jenjang 0 tahun sampai dengan tamat SLTA. Keuntungan simpanan ini adalah tidak ada biaya administrasi dan setiap tamat jenjang dapat ditarik dananya sebagian serta yang bersangkutan mendapat hadiah yang bisa bermanfaat dalam bangku sekolah. Keuntungan yang lain setiap klaim pencairan pihak shohibul maal dibebaskan dari setoran simpanan.

3) Simpanan Si Suka (Simpanan Sejahtera Umat Berjangka)

Adalah simpanan berjangka yang tidak bisa diambil sewaktu-waktu. Simpanan ini menggunakan akad Mudlarabah dengan nisbah mengikuti ketentuan yang berlaku. Simpanan Si Suka ini juga bisa menggunakan akad wadiah dengan konsep pemberian bonus setiap bulan sesuai ketentuan yang disepakati oleh shohibul maal dengan KSPPS BMT Lumbang Artho.

4) Simpanan Si Qurban (Simpanan Qurban)

Adalah simpanan untuk pengumpulan dana penyimpanan dana untuk pembelian hewan Qurban atau Aqiqah. Simpanan ini hanya bisa diambil menjelang hari raya Qurban atau Aqiqah dengan minimal pengendapan dana 3 bulan sebelum pengambilan. Simpanan ini sama dengan simpanan yang lain yaitu tidak ada potongan administrasi dan pajak.

5) Simpanan Si Mahara (Simpanan Hari Raya)

Adalah simpanan untuk pengumpulan dana penyimpanan dana untuk hari raya Idul Fitri. Simpanan ini hanya bisa diambil menjelang hari raya

Idhul Fitri yaitu di bulan Ramadhan. Simpanan ini sama dengan simpanan yang lain yaitu tidak ada potongan administrasi dan pajak.

6) Askowanu (Simpanan Syariah Askowanu)

Askowanu (Asosiasi Koperasi Syariah Warga NU) adalah lembaga yang bergerak di bidang pemberdayaan, pendidikan dan pelatihan serta pengembangan koperasi-koperasi yang bergabung didalamnya.

Simpanan Askowanu adalah simpanan bersama Koperasi Nasabah Askowanu yang memberikan kemudahan kepada Nasabah untuk menyimpan dan menariknya di 30 lebih kantor koperasi berlogo “ BMT JARINGAN ASKOWANU “ yang tersebar di seluruh Jepara, setoran awal minimal Rp. 10.000,-.

Keuntungan Produk simpanan Askowanu yaitu :

- a) Transaksi penyimpanan dan penarikan dapat dilakukan diseluruh kantor bertanda khusus di seluruh Jepara.
- b) Bebas biaya cetak buku.
- c) Bebas biaya transaksi dana administrasi.
- d) Bonus simpanan (bagi hasil) di debet sekaligus pada akhir bulan.
- e) Mendapatkan Point Undian (Saldo rata-rata Rp. 100.000,-) undian hadiah yang diundi setiap periode.

b. Produk Pembiayaan

Adapun jenis-jenis produk pembiayaan yang ada di KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara adalah sebagai berikut :

1. Tabarru'

Pembiayaan ini bersifat tolong menolong kepada Nasabah dengan memberikan pinjaman yang tidak mensyaratkan adanya biaya-biaya tambahan. Pinjaman ini adalah murni pinjaman yang tidak ada jasa, fee atau yang lainnya. Dalam KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara akad yang digunakan yaitu :

- a) Qordhul Hasan (Pembiayaan Kebijakan).
 - b) Qord (Pembiayaan Murni Sosial).
2. Tijaroh (Pembiayaan Jual Beli)

Dalam pembiayaan ini terbagai dalam dua akad yaitu :

- a) Bai' Al-Murabahah
Yaitu pembiayaan yang diberikan kepada Nasabah untuk pembelian barang kebutuhan usaha yang pembayarannya bisa secara tempo atau diangsur bulanan.
 - b) Bai' Bitsaman Ajil
Pembiayaan yang diberikan kepada Nasabah untuk pembelian barang yang bersifat konsumtif, dengan pembayaran secara diangsur.
3. Kerja Sama Usaha atau Modal kerja
Pembiayaan ini dikeluarkan kepada Nasabah untuk modal usaha atau untuk meningkatkan volume usaha dari Nasabah. Kaidah yang digunakan dalam akad ini yaitu :
- a) Mudharabah
 - b) Musyarokah
4. Ijarah
Dalam pembiayaan ini terbagi dalam dua akad yaitu :
- a) Rohn (Sewa atau Gadai)
 - b) Wakalah (Menguasakan)

B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung menyerahkan *kuesioner* yang ada kepada Nasabah KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara untuk diisi, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 jenis, yaitu:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	41	41,8 %
Perempuan	57	58,2 %
Jumlah	98	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki 41 orang atau 41,8 % dan perempuan 57 orang atau 58,2 %.

2. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden peneliti membaginya dalam lima kategori. Adapun mengenai tingkat pendidikan terakhir responden yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SD	17	17,3 %
SMP	21	21,4 %
SMA	54	55,1 %
Sarjana (S1, S2, S3)	6	6,1 %
Lainnya	0	0 %
Jumlah	98	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pendidikan terakhir dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah pendidikan terakhir SD sebanyak 17 orang atau 17,3 %, pendidikan terakhir SMP sebanyak 21 orang atau 21,4 %, pendidikan terakhir SMA sebanyak 54 orang atau 55,1 %, pendidikan terakhir Sarjana (S1,S2,S3) sebanyak 6 orang atau 6,1 % dan lainnya pendidikan terakhir sebanyak 0 %.

3. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan dipertimbangkan sebagai dasar untuk mengetahui dominasi dari identitas responden yang diambil dalam penelitian ini. Data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Tabel Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
IRT	51	52,0 %
Wiraswasta	38	38,8 %
Karyawan Swasta	6	6,1 %
PNS	3	3,1 %
Jumlah	98	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian responden berprofesi sebagai IRT yaitu sebanyak 51 orang atau 52,0 %, wiraswasta yaitu sebanyak 38 orang atau 38,8 %, karyawan swasta yaitu sebanyak 6 orang atau 6,1 % dan PNS yaitu sebanyak 3 orang atau 3,1 %.

4. Umur Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu dari umur 21 th s/d 30 th, 31 th s/d 40 th, > 40 th. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Usia Responden

Umur	Jumlah	Persentase (%)
21 th s/d 30 th	21	21,4 %
31 th s/d 40 th	42	42,9 %
>40 th	35	35,7 %
Jumlah	98	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah usia 21 th s/d 30 th sebanyak 21 orang atau 21,4 %, usia 31 th s/d 40 th sebanyak 42 orang atau 42,9 %, usia > 40 th sebanyak 35 orang atau 35,7 %.

C. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai syariah terhadap kepuasan Nasabah KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara sebagai berikut :

Tabel 4.5
Data Hasil Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Tot al N	%	Tot al TS	%	Tot al SS	%
Kualitas Produk (X1)	X1.1	56	57,1%	41	41,8%	1	1,0%	0	0%	0	0%
	X1.2	34	34,7%	64	65,3%	0	0%	0	0%	0	0%
	X1.3	69	70,4%	29	29,6%	0	0%	0	0%	0	0%
	X1.4	67	68,4%	31	31,6%	0	0%	0	0%	0	0%
	X1.5	64	65,3%	33	33,7%	1	1,0%	0	0%	0	0%
	X1.6	61	62,2%	35	35,7%	2	2,0%	0	0%	0	0%
	X1.7	60	61,2%	38	38,8%	0	0%	0	0%	0	0%
	X1.8	59	60,2%	35	35,7%	4	4,1%	0	0%	0	0%
Nilai Nasabah (X2)	X2.1	50	51,0%	48	49,0%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.2	56	57,1%	42	42,9%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.3	65	66,3%	33	33,7%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.4	68	69,4%	30	30,6%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.5	61	62,2%	36	36,7%	1	1,0%	0	0%	0	0%
	X2.6	59	60,2%	39	39,8%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.7	57	58,2%	41	41,8%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.8	61	62,2%	37	37,8%	0	0%	0	0%	0	0%
Kepuasan Nasabah	Y1	50	51,0%	48	49,0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y2	49	50,0%	49	50,0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y3	54	55,1%	44	44,9%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y4	67	68,4%	31	31,6%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y5	55	56,1%	43	43,9%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y6	40	40,8%	58	59,2%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y7	40	40,8%	58	59,2%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y8	46	46,9%	52	53,1%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y9	45	45,9%	53	54,1%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

1. Kualitas produk (X1)

Berdasarkan data di atas dapat dipahami bahwa: item 1) responden menjawab sangat setuju 57,1%, setuju 41,8%, netral 1,0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 2) responden menjawab sangat setuju 65,3%, setuju 34,7%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 3) sangat

setuju 70,4%, setuju 29,6%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 4) responden menjawab sangat setuju 68,4%, setuju 31,6%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 5) responden menjawab sangat setuju 65,3%, setuju 33,7%, netral 1,0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 6) responden menjawab sangat setuju 62,2%, setuju 35,7%, netral 2,0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 7) responden menjawab sangat setuju 61,2%, setuju 38,8%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 8) responden menjawab sangat setuju 60,2%, setuju 35,7%, netral 4,1%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%.

2. Nilai nasabah (X2)

Berdasarkan data di atas dapat dipahami bahwa: item 1) responden menjawab sangat setuju 51,0%, setuju 49,0%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 2) responden menjawab sangat setuju 57,1%, setuju 42,9%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 3) responden menjawab sangat setuju 66,3%, setuju 33,7%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 4) responden menjawab sangat setuju 69,4%, setuju 30,6%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 5) responden menjawab sangat setuju 62,2%, setuju 36,7%, netral 1,0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 6) responden menjawab sangat setuju 60,2%, setuju 39,8%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 7) responden menjawab sangat setuju 58,2%, setuju 41,8%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 8) responden menjawab sangat setuju 62,2%, setuju 37,8%.

3. Kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan data di atas dapat dipahami bahwa: item 1) responden menjawab sangat setuju 51,0%, setuju 49,0%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 2) responden menjawab sangat setuju 50,0%, setuju 50,0%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 3) responden menjawab sangat setuju 55,1%, setuju 44,9%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 4) responden menjawab sangat setuju 68,4%, setuju 31,6%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 5) responden menjawab sangat setuju 56,1%, setuju 43,9%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 6) responden menjawab sangat setuju 40,8%, setuju 59,2%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak

setuju 0%. Item 7) responden menjawab sangat setuju 40,8%, setuju 59,2%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 8) responden menjawab sangat setuju 46,9%, setuju 53,1%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Item 9) responden menjawab sangat setuju 45,9%, setuju 54,1%, netral 0%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%.

D. Pengujian Data

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel untuk *Degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam hal ini n adalah jumlah populasi dan k adalah jumlah konstruk. Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung $30 - 2$ atau $df = 28$ dengan α 0,05 didapat r table 0,361. Jika r hitung (untuk tiap r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pernyataan tersebut dikatakan *valid*. Adapun hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected item-total correlation</i> (r_{hitung})	r_{table}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,507	0,361	<i>Valid</i>
	X1.2	0,566	0,361	<i>Valid</i>
	X1.3	0,507	0,361	<i>Valid</i>
	X1.4	0,524	0,361	<i>Valid</i>
	X1.5	0,442	0,361	<i>Valid</i>
	X1.6	0,551	0,361	<i>Valid</i>
	X1.7	0,533	0,361	<i>Valid</i>
	X1.8	0,599	0,361	<i>Valid</i>
Nilai Nasabah (X2)	X2.1	0,631	0,361	<i>Valid</i>
	X2.2	0,622	0,361	<i>Valid</i>
	X2.3	0,799	0,361	<i>Valid</i>

	X2.4	0,448	0,361	<i>Valid</i>
	X2.5	0,836	0,361	<i>Valid</i>
	X2.6	0,811	0,361	<i>Valid</i>
	X2.7	0,707	0,361	<i>Valid</i>
	X2.8	0,388	0,361	<i>Valid</i>
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,725	0,361	<i>Valid</i>
	Y2	0,692	0,361	<i>Valid</i>
	Y3	0,601	0,361	<i>Valid</i>
	Y4	0,777	0,361	<i>Valid</i>
	Y5	0,515	0,361	<i>Valid</i>
	Y6	0,633	0,361	<i>Valid</i>
	Y7	0,368	0,361	<i>Valid</i>
	Y8	0,737	0,361	<i>Valid</i>
	Y9	0,726	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan *valid* dan jika bernilai negatif maka tidak *valid*.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrumen suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60. Untuk menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis statistik SPSS for windows versi 16.0. Berikut hasil pengujian reliabilitas :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Reliability Coeffiens</i>	<i>Cronbach Alpha (α)</i>	Alpha	Keterangan
Kualitas produk (X1)	8 Item	0,807	0,60	<i>Reliabel</i>
Nilai nasabah (X2)	8 Item	0,884	0,60	<i>Reliabel</i>
Kepuasan nasabah (Y)	9 Item	0,880	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dari setiap variabel penelitian dengan menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh hasil dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai 0,60. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa:

a) Kualitas produk

Pada variabel kualitas produk terdiri dari 8 (delapan) item pertanyaan, dimana hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas produk adalah sebesar $0,884 > 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

b) Nilai Nasabah

Pada variabel nilai nasabah terdiri dari 8 (delapan) item pertanyaan, dimana hasil uji reliabilitas untuk variabel nilai nasabah adalah sebesar $0,807 > 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

c) Kepuasan nasabah

Pada variabel kepuasan nasabah terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan, dimana hasil uji reliabilitas untuk variabel kepuasan nasabah adalah sebesar $0,880 > 0,60$ dengan demikian pernyataan tersebut dikatakan *reliabel*.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah antara lain dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas yang tidak boleh lebih dari 0,90 atau 90%, dengan melihat nilai tolerance ≤ 10 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) ≥ 10 . Hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas
 Coefficients

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.931	1.074
	Nilai Nasabah	.931	1.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) dan nilai nasabah (X2) memiliki nilai *tolerance* masing-masing sebesar 0,931 dan 0,931 VIF masing-masing sebesar 1,074 dan 1,074. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi
 Model Summary

Model	Durbin-Watson
1	1.820

Predictors: (Constant), Nilai Nasabah, Kualitas Produk

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.820 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 1.820 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam tabel d-statistik. Dari tabel d-statistik Durbin Watson dengan titik

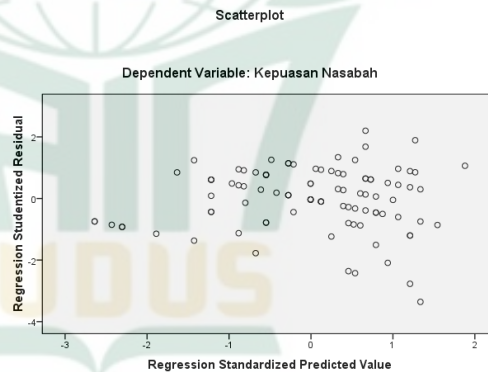
signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai dl sebesar 1.629 dan du sebesar 1.712 karena hasil pengujiannya adalah $dl < dw < 4 - du$ ($1.629 < 1.820 < 4 - 1.712$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah *studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah:

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *data simulasi yang dibuat*

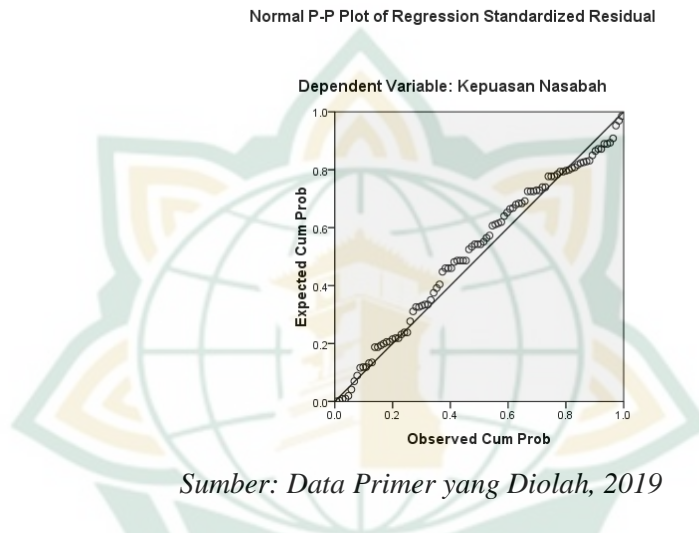
Dengan melihat gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau

mendekati normal. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

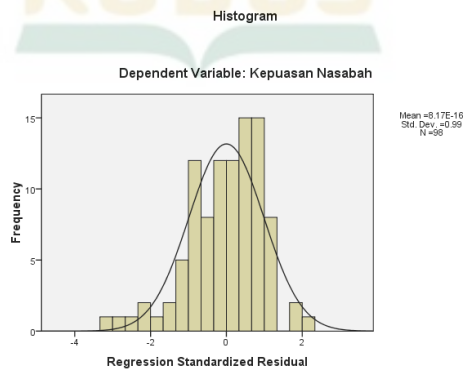
Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.2 *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar 4.3 residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah, maka dapat diketahui hasilnya pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		B
1	(Constant)	17.296
	Kualitas Produk	.341
	Nilai Nasabah	.276

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0.341$, $X_2 = 0.276$ dan konstanta sebesar 17.296. Sehingga model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 17.296 + 0.341X_1 + 0.276X_2 + e$$

Dimana:

Y= Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)

X_1 = Variabel Independen (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel Independen (Nilai Nasabah)

e= Standar Error

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a) Konstanta sebesar 17.296 memberikan arti bahwa jika variabel kualitas produk (X_1) dan variabel nilai nasabah (X_2) nilainya adalah 0 maka kepuasan nasabah (Y) nilainya adalah sebesar 17.296.

- b) Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0.341 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan satu, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.341. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah, semakin meningkat kualitas produk maka kepuasan nasabah semakin meningkat.
- c) Koefisien regresi variabel nilai nasabah (X_2) sebesar 0.276 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai nasabah mengalami kenaikan satu, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.276. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara nilai nasabah dengan kepuasan nasabah.

2. Uji t Parsial

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df)= n-k-1, (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh df= (98-2-1) dengan signifikansi 5% adalah 1,661, secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini

Tabel 4.11
Hasil Analisis Uji t (parsial)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.880	.000
	Kualitas Produk	3.490	.001
	Nilai Nasabah	2.735	.007

a. Dependent: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

(a) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai

t_{hitung} 3,490 dengan nilai t_{tabel} 1,661 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,490 > 1,661$) maka H_0 ditolak artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil T_{hitung} \neq positif artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

(b) Pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian statistik nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} 2,735 dengan nilai t_{tabel} 1,661 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,735 > 1,661$) maka H_0 ditolak artinya secara parsial nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil T_{hitung} positif artinya nilai nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga F_{tabel} diperoleh df = $(98 - 2 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 3,09. Secara lebih rinci hasil F_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.410	2	50.205	13.245	.000
	Residual	360.090	95	3.790		
	Total	460.500	97			

a. Predictors: (Constant), NilaiNasabah, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 13,245 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,245 > 3,09$) maka H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R
1	.467 ^a	.218	.202	

Predictor: (Constant), NilaiNasabah, KualitasProduk

Dependent Variable: KepuasanNasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Dari hasil tabel 4.13 dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R Square sebesar 0,202, hal ini berarti 20,2% variasi kualitas nasabah dapat dijelaskan oleh variasi kedua variabel independen, kualitas produk dan nilai nasabah ($100\% - 20,2\% = 79,8\%$) dan sisanya 79,8% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar penelitian.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,341. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk

akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,341 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3,490 > 1,661$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis pertama H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara. Berarti KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara mampu memberikan produk yang berkualitas, misalnya produknya handal, mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, tidak mudah rusak, mempunyai citra yang bagus serta pelayanan yang ramah, sopan dan jujur.

Hasil ini selaras dengan teori bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjuangkan sesuai harapan dari pelanggan.¹

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mohammad Sof'an, Supriyadi yang berjudul "Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kudus" Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa variable nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, variable kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, variable kualitas jasa syariah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yoiz Shofwa yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto". Berdasarkan uji F yang sudah dilakukan maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto. Sedangkan berdasarkan uji t yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial

¹Fandy Tjiptono, *Total Quality Managemen (TQM)*, 28.

baik variabel kualitas produk maupun variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Puwokerto.

Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan Nasabah. Kualitas produk merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan Nasabah. Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.² Dalam teori tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara. Nasabah akan merasa puas apabila menggunakan produk yang ada di KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara yang memiliki kualitas baik.

2. Pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah

Variabel nilai nasabah (X_2) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,276. Hal ini menyatakan bahwa nilai nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,276 dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,735 > 1,661$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara.

Hal ini juga didukung oleh penelitian Ari Dwi Astono yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Berlian Pd. Bpr Bank Daerah Pati”. Hasil penelitian menemukan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan hubungan yang positif antara kualitas layanan yang meliputi bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), dan empati (emphaty), terhadap loyalitas nasabah baik langsung maupun tidak langsung dengan

² Fandy Tjiptono, *Total Quality Managemen (TQM)*, 28.

variabel kepuasan nasabah sebagai variable intervening. Ditemukan juga adanya hubungan langsung yang positif dan signifikan antara nilai dengan loyalitas nasabah. Sementara itu hubungan antara nilai dan kepuasan nasabah ditemukan hasil bahwa nilai nasabah juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan untuk pengujian model menunjukkan hasil yang dapat diterima dengan menggunakan Analisis Regresi dan Analisis Jalur (Path Analysis).

Dapat disimpulkan bahwa nilai nasabah di KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara dilaksanakan dengan baik seperti dengan nama lembaga tersebut, jadi KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara adalah BMT yang tidak hanya mengandalkan nama syariah tetapi juga menerapkan nilai nasabah dengan baik.

3. Pengaruh kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 13,245 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,245 > 3,09$) sehingga H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda (*linear multiple regression*) yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0,202, ini berarti variabel kualitas produk (X_1) dan nilai nasabah (X_2) yang diturunkan dalam model sebesar 20,2% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 79,8%. Jadi sisanya sebesar 79,8% variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk didalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang melalui kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. Sedangkan Konsep nilai nasabah memberikan gambaran umum tentang konsumen suatu perusahaan, mempertimbangkan apa yang mereka inginkan, dan percaya bahwa mereka mendapat suatu manfaat dari produk. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud

maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh konsumen. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga.

Hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk (X1), dan nilai nasabah (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas produk dan nilai nasabah yang dilakukan secara bersamaan oleh KSPPS BMT Lumbung Artho Jepara terbukti bahwa nasabah akan merasa puas.

