

# artikel\_m burhanudin hamsyah.pdf

*by*

---

**Submission date:** 13-Apr-2023 09:48AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2063095827

**File name:** artikel\_m burhanudin hamsyah.pdf (539.59K)

**Word count:** 4185

**Character count:** 27287

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENABUNG DI BAITUL MAAL WA TAMWIL USAHA GABUNGAN TERPADU NUSANTARA CABANG PEMBANTU WARU SIDOARJO

Mochamad Burhanudin Hamsyah <sup>1)</sup>, Mas Oetarjo, SE., MM. BKP <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup>*Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

\*Email : hamsyahbehe@gmail.com<sup>1)</sup>, masoetarjo@umsida.ac.id<sup>2)</sup>

**Abstract.** *This study aims to determine the influence of Service Quality, Trust, and Location Customer Savers Satisfaction at the BMT UGT Nusantara Waru Sidoarjo. This study is a descriptive study using the quantitative method. The population used in this study was Customer Savers at the BMT UGT Nusantara Waru Sidoarjo, which amounted to 100 respondents using the simple random sampling technique. This study used a data collection technique used was a questionnaire. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis using the SPSS version 22 for the Window program. The results of this study show that Service Quality has an effect on Customer Savers Satisfaction, Trust has an effect on Customer Savers Satisfaction, and Location has an effect on Customer Savers Satisfaction.*

**Keywords :** *Service Quality, Trust, Location, and Customer Savers Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah penabung BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah penabung BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo yang berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22 for Window. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Penabung, Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Penabung, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Penabung.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Lokasi dan Kepuasan nasabah

### I. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini yang sedang mengalami pandemi, perusahaan mengalami pasang surut nilai ekonomi yang terjadi di seluruh negara termasuk Indonesia. Perusahaan-perusahaan seperti bank, koperasi yang bekerja dalam bidang keuangan menjadi salah satu objek yang terkena dampak oleh pandemi ini. Salah satu perusahaan yang terkena dampak yaitu koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan lembaga keuangan yang bekerja dalam konsep islam. Koperasi syariah berbeda dengan bank syariah maupun bank besar lainnya. Namun koperasi syariah memiliki manfaat yang sangat berguna untuk masyarakat indonesia yang mempunyai tingkatan ekonomi menengah-bawah.

Koperasi syariah sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengusung konsep pelanggan sentris diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dibidang layanan transaksi keuangan. Salah satu upaya perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut dapat dimulai dari proses melihat atau mengidentifikasi terlebih dahulu jenis produk atau jasa seperti apa yang dibutuhkan oleh nasabah yaitu dengan melakukan identifikasi terhadap perilaku konsumen, karena perilaku antar konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa berbeda satu sama lainnya [23].

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) UGT Nusantara Capem Waru merupakan sebuah koperasi syariah yang sedang berkembang. Dalam koperasi syariah BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabahnya, sehingga akan terjadi suatu dampak positif terhadap kelangsungan BMT.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan [20]. Teori ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang

membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [13]. Dan didukung penelitian oleh peneliti sebelumnya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan menimbulkan kepuasan nasabah [17]. Dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [16]. Dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [17].

BMT adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah. Tanpa kepercayaan dari nasabah, BMT tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Oleh karena itu penting bagi BMT untuk dipercaya oleh nasabah. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai.

Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Hal tersebut melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya [18]. Teori didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [21]. Dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [17]. Kemudian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [13].

Lokasi dari suatu koperasi dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa dari koperasi, terlebih dahulu mereka mempertimbangkan segala hal, salah satunya ialah lokasi koperasi tersebut [12]. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi fisik fasilitas-fasilitas bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. *Mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Terdapat dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa yang pertama, nasabah mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi nasabah. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya [26]. Teori ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [16]. Dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [27].

Terdapat perbedaan antara masing-masing variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian terkait dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah sudah dilakukan peneliti terdahulu. penelitian variabel kualitas pelayanan yang dilakukan peneliti sebelumnya, yang mendapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah [13]. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang memperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah [22].

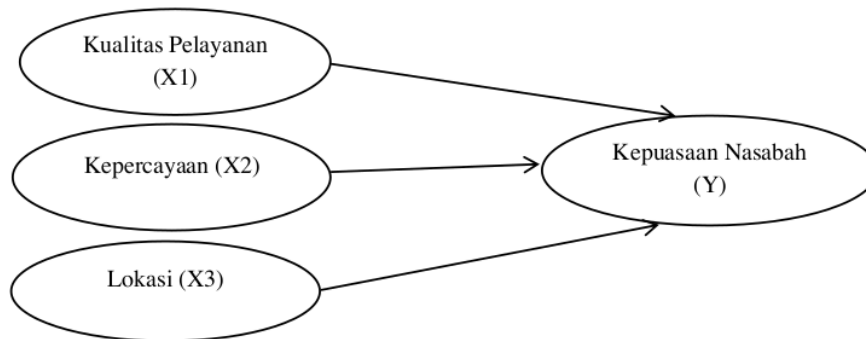
Variabel kepercayaan yang dilakukan peneliti sebelumnya dimana kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah [17]. Artinya nasabah memiliki kepercayaan dan merekomendasikan BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo sehingga menimbulkan kepuasan nasabah. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah [8].

Variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di dalam penelitian sebelumnya [16]. Akan tetapi hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dimana lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [21].

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan adanya *evidence gap* kesenjangan dalam penelitian melibatkan kontradiksi dalam temuan penelitian sebelumnya, dimana perbedaan hasil penelitian tersebut menimbulkan suatu celah penelitian. Berkaitan dengan ini maka diperlukan penelitian kembali untuk mengetahui bahwa variabel-variabel yang akan diteliti berpengaruh atau tidaknya [3].

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENABUNG”**.

### Kerangka Konseptual



### Hipotesis

Dalam penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah Penabung di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Nusantara Cabang pembantu Waru Sidoarjo [19]. Dapat diambil hipotesis sementara, adapun hasil hipotesis sementara tersebut adalah sebagai berikut:

1. H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung.
2. H2 : Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung.
3. H3 : Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis memakai jenis penelitiannya berupa jenis penelitian kuantitatif, yang memiliki arti jenis data yang dipaparkan dalam bentuk angka yang bisa diukur [19]. Dengan menggunakan program aplikasi SPSS 22 untuk meneliti sampel dan populasinya dengan menggunakan metode pengukuran Teknik analisis data berupa uji validitas dan uji reliabilitas serta melakukan uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji auto korelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selain itu dilakukannya pengukuran hipotesis dilakukannya pengukuran hipotesis dengan menggunakan uji regresi liner berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi berganda Dalam penelitian ini, kami menganggap hubungan kausal sebagai hubungan kausal ketika menganalisis efek dari tiga variabel independen pada variabel dependen, dan penelitian ini berarti menggunakan empat variabel. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi perubahan atau penyebab berubahnya variabel terikat, variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan lokasi (X3). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Variabel kepuasan nasabah (Y) [9]. Adapun indikator dalam penelitian ini kualitas pelayanan indikatornya yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik [17]. Variabel kepercayaan indikatornya yaitu integritas, kebaikan karyawan dalam menanggapi nasabah, kemampuan seorang karyawan [13]. Variabel lokasi indikatornya yaitu lokasi yang mudah dijangkau, area parkir yang luas, kemandirian dan kenyamanan, dan kedekatan lokasi dengan pusat keramaian [19].

Populasi pada umumnya meliputi wilayah yang digeneralisasikan dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang dapat ditentukan bagi peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi nya adalah terdapat sebanyak 4.141 nasabah di BMT UGT Nusantara. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Simple random sampling*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada teori yang menyatakan bahwa sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 100 sampel [17]. Maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel yang merupakan nasabah penabung di BMT UGT Nusantara cabang waru sidoarjo.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang langsung diberikan kepada pengrajin melalui penyebaran kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner berisi tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah penabung. Tanggapan responden atas kuesioner yang diberikan diukur melalui tingkat pengukuran interval dengan menggunakan skala *likert*[]. Pengukuran skala *likert* terdiri dari 5 poin yaitu : Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5).

Teknik analisis data menggunakan uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, serta dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji auto korelasi, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, Pembuktiaan hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda, uji f, dan uji t melalui program SPSS.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil

##### Uji Validitas

Nilai minimal korelasi yaitu 0,196 dan probabilitas lebih kecil atau sama dengan 0,05 dalam pengujianya. dapat diketahui bahwa masing-masing variabel sudah memiliki nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  table yang telah ditentukan. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang dimasukkan dalam kuesioner sudah valid.

##### Uji Reliabilitas

Nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* Variabel Kualitas pelayanan sebesar 0,735, pada variabel Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0,729, Lokasi sebesar 0,640, dan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kepuasan nasabah sebesar 0,733. Seluruh variabel memiliki nilai lebih besar daripada 0,5 ( $>0,5$ ) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang telah diuji memiliki reliabilitas.

#### B. Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Berdasarkan olah data uji normalitas dengan uji *kolmogorov smirnov* pada SPSS 22, maka diperoleh nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* yakni 0,200  $>0,05$ . Hal ini bisa disimpulkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal atau merupakan model regresi yang baik.

##### Uji Linieritas

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing hubungan variabel sudah linear karena sudah memiliki nilai signifikansi linieritas lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian sudah memenuhi uji linearitas.

2

##### Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *Durbin-Watson* ini dibawah 5 ( $1,466 < 5$ ) yang dapat diartikan bahwa regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

##### Uji Multikolonieritas

Berdasarkan oleh data diperoleh nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas pelayanan sebesar 0,904 dan lebih besar dari 0,10, pada variabel Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0,988 dan lebih besar dari 0,10, dan variabel Lokasi memiliki nilai lebih besar dari 0,10 yakni sebesar 0,877. Nilai *VIF* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1,107, pada variabel Kepercayaan sebesar 1,054, dan pada variabel Lokasi memiliki nilai *VIF* sebesar 1,140. Seluruh variabel memiliki nilai kurang dari 10. Sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian yang dilakukan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian bebas dari multikolonieritas.

##### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil olah data maka dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi pola tertentu dan *scatterplot* titik – titik menyebar secara acak baik diatas angka 0 maupun dibagian bawah 0 dari sumbu Y, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### C. Regresi Linier Berganda

**Tabel**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,665			
Kualitas Pelayanan	,348	,451	,904	1,107
Kepercayaan	,271	,218	,949	1,054
Lokasi	,226	,198	,877	1,140

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2022)

Berdasarkan table diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variable sebagai berikut :

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

$$Y = 2,665 + 0,348 X_1 + 0,271 X_2 + 0,226 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil pada table diatas dapat diketahui model regresi dari keempat variable sebagai berikut :

- Konstanta (a) Nilai konstanta yang bernilai positif 2,665. Hal tersebut menggambarkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan nasabah tetap konstan sebesar 2,665.
- Kualitas pelayanan  
Nilai koefisien yang bernilai positif (0,348) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah semakin meningkat sebesar 0,348 satuan.
- Kepercayaan  
Nilai koefisien yang bernilai positif (0,271) antara variabel kepercayaan dengan kepuasan nasabah. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah semakin meningkat sebesar 0,271 satuan.
- Lokasi  
Nilai koefisien yang bernilai positif (0,226) antara variabel lokasi dengan kepuasan nasabah. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel lokasi mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah semakin meningkat sebesar 0,226 satuan.

## Pengujian Hipotesis

### Uji t

**Tabel**  
**Hasil Uji t**

		<i>Coefficients<sup>a</sup></i>				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<b>Model</b>	<b>B</b>	<b>Std Error</b>	<b>Beta</b>	<b>T</b>	<b>Sig</b>
1	(Constant)	2,665	1,895		1,406	,163
	Kualitas Pelayanan	,348	,065	,451	5,371	,000
	Kepercayaan	,271	,102	,218	2,659	,009
	Lokasi	,226	,098	,198	2,321	,022

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2022)

1 Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan *degree of freedom* sebesar  $k = 4$  dan  $df2 = n - k - 1$  ( $100 - 4 - 1 = 95$ ) sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661 maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

- Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah  
 $H_0$  = variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 $H_1$  = variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 Berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,371. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  5,371 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.
- Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah  
 $H_0$  = variabel kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 $H_2$  = variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 Berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,659. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  2,659 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.
- Pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah  
 $H_0$  = variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 $H_2$  = variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah  
 Berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,321. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  2,321 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

### Uji F

**Tabel**  
**Hasil Uji F**

<b>Model</b>		<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	148,699	3	49,566	20,317	,000b
	Residual	234,211	96	2,440		
	Total	382,910	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

b. *Predictors:* (Constant), Lokasi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber :Hasil Olah Data SPSS 22 (2022)

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,317 sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar  $k=4$  dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $100 - 4 - 1 = 95$ ) maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,47. Oleh karena itu  $F_{hitung}$  20,317 lebih besar daripada  $F_{tabel}$  2,47 dan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas berupa kepuasan nasabah, kepercayaan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat berupa kepuasan nasabah penabung BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

#### Uji Koefisien Korelasi (R)

**Tabel**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,369	1,56195

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber :Hasil Olah Data SPSS 22 (2022)

Nilai R diatas sebesar 0,623 yang berarti jangkauan nilai R berada antara 0-1, artinya menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dan variabel terikat kuat karena nilainya mendekati angka 1.

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,369	1,56195

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber :Hasil Olah Data SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,388 yang berarti bahwa variabel bebas berupa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi mampu menjelaskan variabel terikat berupa kepuasan nasabah sebesar 38,8% sedangkan sisanya sebesar 61,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### D. Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa seberapa besar peran kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi dalam meningkatkan kepuasan nasabah dibantu dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 22.0.

##### 1. H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Dengan ini membuktikan bahwa karyawan BMT UGT Nusantara mempunyai keinginan dan kesediaan membantu nasabah dengan tanggap. Dalam memberikan kualitas pelayanan karyawan mempunyai kompetensi, kesopanan bertanggung jawab dan dapat dipercaya. memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam melayani kebutuhan nasabah. kemudian karyawan memiliki komunikasi yang efektif dan berusaha memahami kebutuhan nasabah serta memiliki fasilitas sarana komunikasi yang baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan perpindahan [20].

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [13]. Dan

didukung penelitian oleh peneliti sebelumnya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan menimbulkan kepuasan nasabah [19].

## 2. H2 : Terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Dengan ini membuktikan bahwa Karyawan telah memberikan kepercayaan dengan memenuhi janji-janjinya dan berperilaku sesuai etika dan memberikan kepercayaan dengan memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Karyawan meningkatkan kepercayaan dengan memiliki keahlian dan karakteristik dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan bahwa kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain [18]. Hal tersebut melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [21]. Dan didukung oleh penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [17].

## 3. H3 : Terdapat Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Dengan ini membuktikan bahwa nasabah BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo dalam melakukan transaksi memperhatikan lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi. Nasabah merasa puas dengan lokasi koperasi yang lingkungannya aman dan nyaman. Memiliki lokasi yang dekat dengan pusat keramaian serta memiliki tempat parkir yang luas dan aman meningkatkan nasabah merasa puas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan menjelaskan bahwa Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen [26]. Lokasi fisik fasilitas-fasilitas bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. *Mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [14]. Dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah [27].

## IV. SIMPULAN

Sesuai dengan hasil olah data tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah Penabung di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Nusantara Cabang penunantu Waru Sidoarjo, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Hal ini memiliki arti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Hal ini memiliki arti kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo. Hal ini memiliki arti lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterimakasih sepenuhnya kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan skripsi saya terutama orang tua saya dan dosen pembimbing, serta teman-teman memberi semangat serta motivasi agar cepat dalam menyelesaikan skripsi ini.

## VII. REFERENSI

- [1] Basu, Swasta. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty
- [2] Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Edisi 16). Yogyakarta : Salemba Empat.
- [3] Bloch, Christoph Müller. Johan Kranz. 2015. A Framework for Rigorously Identifying Research Gaps in Qualitative Literature Reviews. *International Conference on Information Systems*. ICIS-0072-2015.R1.
- [4] Gefen, David dan Straub. 2004. Consumer Trust in B2C e-Commerce and The Importance of Social Presence : Experiments in e-Product and e-Service, Omega : *The International Journal of Management Science*. 1-18
- [5] Diza, Farah, Silcyljeova Moniharapon, dan Imelda W. J Ogi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109-119.
- [6] Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (9th ed.). Semarang : Universitas Diponegoro.
- [7] Hardiyansyah, dan Ibrahim. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasi*. (1st ed.). Yogyakarta : Gava Media.
- [8] Harnoto, Fasochoh. 2013. Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Loyalitas Pelanggan Gofood. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi No 34*. Jakarta : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- [9] Gunawan, Ary H. 2011. *Administrasi Pendidikan Mikro*. (1st ed.). Jakarta: Rineka Cipta
- [10] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta : PT. Indeks.
- [11] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Prinsip - Prinsip Marketing*. (7th ed.). Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- [12] Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Mastura, Zainatun, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)*. Banda Aceh : UIN Arraniry Banda Aceh.
- [14] Madona, Fitri, 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 ilir Palembang*. Palembang : UIN Raden Fatah Palembang.
- [15] Maharani, Alfina Maulidyah. 2021. *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah penabung pada BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Kediri : IAIN Kediri.
- [16] Pane, Ahmad Mansyur. 2017. *pengaruh kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Zona Futsal*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- [17] Prakoso, Arvan Ali. 2017. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- [18] Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. (1st ed.). Bandung : CV Pustaka Setia.
- [19] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (2nd ed.). Bandung : Alfabeta. CV.
- [20] Sumarto. 2007. Membangun Customer Loyalti Nasabah Bank melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 7.(2)
- [21] Setiawan, Agung. 2013. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 1, No 4.
- [22] Tanjung, Setianing. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Penelitian Pada Tahun 2019)*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- [23] Temporal, Paul dan Martin Trott, 2002. *Romancing The Customer : Memaksimalkan Nilai Merek Melalui Management*. (1st ed.) Jakarta : Salemba Empat
- [24] Triton. 2006. *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. (1st ed.) Yogyakarta : Argo Publisher.
- [25] Terminanto, Ade Ananto, 2019. pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Cengkareng. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 10(1), 97-129.
- [26] Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi pemasaran*. (Edisi 4). Yogyakarta : CV Andi
- [27] Wahyudi. (2018). *Manajemen Konflik dan Stres dalam Organisasi Pedoman Praktis bagi Pemimpin Visioner*. (3rd Ed.). Bandung : Alfabeta.

# artikel\_m burhanudin hamsyah.pdf

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ijccd.umsida.ac.id">ijccd.umsida.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://ijins.umsida.ac.id">ijins.umsida.ac.id</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://journal.um-surabaya.ac.id">journal.um-surabaya.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://theses.iainkediri.ac.id">theses.iainkediri.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On