

**PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BMT DRI
MUAMALAT JAWA TENGAH DI KABUPATEN TEGAL**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun oleh :

Itsna Tifani Barokatur Rizqoh

NIM: 2005028013

Konsentrasi Bisnis dan Manajemen Syariah

**PASCASARJANA EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Itsna Tifani Barokatur Rizqoh
NIM : 2005026084
Judul Penelitian : **Pengaruh Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah Di Kabupaten Tegal**
Program Studi : Ekonomi Islam
Konsentrasi : Bisnis dan Manajemen Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA BMT DRI MUAMALAT JAWA TENGAH DI KAB. TEGAL

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 30 November 2023

Pembuat Pernyataan,



Itsna Tifani Barokatur Rizqoh

NIM: 2005028013

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS OLEH MAJELIS PENGUJI UJIAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis saudara:

Nama : ITSNA TIFANI BAROKATUR RIZQOH
Nim : 2005028013
Prodi : EKONOMI ISLAM
Konsentrasi : BISNIS DAN MANAJEMEN SYARIAH
Judul : PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA BMT DRI MUAMALAT JAWA TENGAH DI KABUPATEN TEGAL

Telah dilakukan perbaikan sesuai dengan saran yang diberikan penguji pada saat Ujian Tesis yang telah dilaksanakan pada 13 Desember 2023

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
<u>Dr. Nur Fatoni, M.Ag</u> Ketua/Penguji	<u>27/12 2023.</u>	
<u>Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, M.Si</u> Sekretaris/Penguji	<u>27/12 2023</u>	
<u>Prof. Dr. Muchlis Yahya, M.Si</u> Pembimbing/Penguji	<u>28-12-2023</u>	
<u>Dr. Wahab, M.M</u> Pembimbing/Penguji	<u>27/12/2023</u>	
<u>Dr. Muhammad Fauzi, M.M</u> Penguji	<u>27/12/23</u>	





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

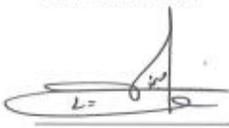
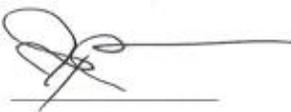
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan telah menyetujui tesis mahasiswa:

Nama : ITSNA TIFANI BAROKATUR RIZQOH
Nim : 2005028013
Prodi : EKONOMI ISLAM
Konsentrasi : BISNIS DAN MANAJEMEN SYARIAH
Judul : PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA BMT DRI MUAMALAT JAWA TENGAH DI
KAB. TEGAL

Untuk diujikan dalam Ujian Tesis Magister.

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
<u>Prof. Dr. H. Muhlis, M.Si</u> Pembimbing	<u>17-11-2023</u>	
<u>Dr. H. Wahab, M.M</u> Pembimbing	<u>26/11/2023</u>	

ABSTRAK

Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup antara tingkat layanan dan kinerja yang dirasakan. Berangkat dari keluhan yang dirasakan anggota BMT DRI Muamalat terkait pelayanan dan kinerja karyawan KSPPS DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pelayanan dan kinerja karyawan yang dilaksanakan karyawan BMT DRI Muamalat terhadap kepuasan anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan kinerja pegawai terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal. Pelayanan dan kinerja pegawai merupakan variabel independen pada penelitian kali ini. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan anggota. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif guna menguji teori yang digunakan yaitu tentang kepuasan.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT DRI Muamalat pada tahun 2021. Desain sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik incidental yang menghasilkan 92 responden. Jadi siapa saja anggota yang secara tidak sengaja berjumpa dengan peneliti mampu menjadi responden. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dimana angket tersebut sudah valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F secara simultan, uji t uji parsial dan estimasi nilai parameter koefisien.

Adapun hasil penelitiannya yaitu, pelayanan pegawai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat dengan hasil uji t sebesar $3,628 > 1,987$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan kinerja pegawai juga berpengaruh positif dan signifikan dengan hasil uji t sebesar $7,684 > 1,987$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: pelayanan, kinerja, dan kepuasan.

ABSTRACT

Basically customer satisfaction includes service levels and perceived performance. Starting from the complaints felt by BMT DRI Muamalat members regarding the service and performance of KSPPS DRI Muamalat Central Java employees in Tegal Regency, this research was conducted to determine the extent of the influence of service and employee performance carried out by BMT DRI Muamalat employees on member satisfaction. This study aims to determine the influence of employee's service and performance to member's satisfaction of KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal. Employee's service and performance are the independent variable. Whereas member's satisfaction is the dependent satisfaction. This type of research uses a quantitative approach to test the theory about satisfaction.

The population in this study was all the member of KSPPS BMT DRI Muamalat in the year 2021. Sampling design that used was probability sampling by incidental technique which produce 92 respondents. So, every member of KSPPS BMT DRI Muamalat in the year 2021 that met randomly can be respondent. A questionnaire is used for collecting the data that needed that had been tested for the validity and reliability. Data analysis used multiple linear regression, coefficient of determination, simultaneous F test, partial t test) and estimation of coefficient parameter values.

The result of this research indicate that, employee's service has a positive and significant effect on member's satisfaction of KSPPS BMT DRI Muamalat by the t-test $3,628 > 1,987$ and a significance of $0,000 < 0,05$. Whereas employee's performance has a positive and significant effect too on member's satisfaction of KSPPS BMT DRI Muamalat by the t-test $7,684 > 1,987$ and a significance of $0,000 < 0,05$

Keyword: service, performance, satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul: “Pengaruh Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah Di Kabupaten Tegal” yang disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister pada program studi Magister Ekonomi Syariah di UIN Walisongo. Biqoulina allahumma sholi ala Sayyidina Muhammad semoga kita terhitung sebagai umatnya dan akan mendapatkan pertolongan di hari akhir.

Tesis ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister pada Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Walisongo. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Penulis tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing dan mendukung terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Abdul Ghofur, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo.
3. Bapak Dr. Muhammad Syaifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku Kepala Prodi dan Bapak Dr. Ahmad Furqon, LC., MA., selaku sekretaris Prodi.

5. Bapak Prof. Dr. Muhlis, M.Si sebagai pembimbing I dan Bapak Dr. Wahab, M.M sebagai dosen pembimbing II yang tidak pernah lelah dalam memberikan arahan, bimbingan, motivasi serta kontribusi pemikirannya dalam penyusunan tesis ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Magister Ekonomi Syariah UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, wawasan, pengetahuan serta semangatnya.
7. Seluruh civitas akademik UIN Walisongo yang memberikan pelayanan dengan baik.
8. Keluarga tercinta, teman tersayang, dan seluruh pihak yang turut membantu dan mendukung dalam proses ini.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting.*

Semoga rahmat dan kasih saying Allah serta kebahagiaan dari-Nya selalu mengiringi kita semua. Semoga tesis ini juga bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Semarang, 14 November 2023

Penulis

Itsna Tifani Barokatur Rizqoh

NIM. 2005028013

MOTTO

وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى ﴿٤٣﴾

“Dan sesungguhnya Dialah yang menjadikan orang tertawa dan menangis”

(QS. An-Najm [53]: 43)

DAFTAR ISI

TESIS	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ii
PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	17
1. Teori Kepuasan	17
2. Teori Layanan	33
3. Teori Kinerja	48
4. Teori Perilaku Konsumen	65
B. Kerangka Berpikir	69

C. Hipotesis Penelitian	69
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	70
B. Jenis dan Sumber Data	70
C. Teknik Pengumpulan Data	71
D. Populasi dan Sampel	72
E. Teknik Analisis Data	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Lokasi Penelitian	89
1. Pengertian Baitul Maal wat Tanwil (BMT)	89
2. Gambaran KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah	94
B. Deskripsi Responden	95
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
2. Responden Berdasarkan Usia	96
3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	96
4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
C. Uji Keabsahan Data dan Uji Instrumen Penelitian	99
1. Uji Validitas	99
2. Uji Reliabilitas	103
3. Uji Asusmsi Klasik	104
D. Analisis Deskriptif Statistik	111
1. Variabel Pelayanan (X_1)	111
2. Variabel Kinerja (X_2)	112
3. Variabel Kepuasan (Y)	113

E. Analisis Data	115
1. Analisis Regresi Linier Berganda	115
2. Koefisien Determinasi (R ²)	116
3. Uji F Simultan	117
4. Uji t (Uji Parsial)	118
5. Estimasi Nilai Parameter	119
F. Pembahasan	120
1. Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah	120
2. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah	122
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	126
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN-LAMPIRAN	141
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	152

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.2: Responden Berdasarkan Usia	96
Tabel 4.3: Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	99
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja	100
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan	101
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan	103
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja	103
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	104
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas dengan Sekwness dan Kurtosis	105
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Normal Probability</i> <i>Plot</i>	106
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas dengan Uji Nilai VIF	107
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas dengan Matriks Korelasi	108
Tabel 4.15 Uji Heterokedastisitas dengan Glejser	109
Tabel 4.16 Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplots	110
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskriptif Statistik Variabel Pelayanan	111
Tabel 4.18 Kriteria Indikator Variabel Pelayanan	112

Tabel 4.19 Hasil Deskriptif Variabel Kinerja	112
Tabel 4.20 Kriteria Indikator Variabel Kinerja	113
Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan	113
Tabel 4.22 Kriteria Indikator Variabel Kinerja	114
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	115
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	116
Tabel 4.25 Hasil Uji F	117
Tabel Hasil Uji t	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tiap-tiap lembaga, instansi, atau perusahaan tentunya menginginkan supaya siapapun yang menikmati produk atau layanan merasa puas dan tidak kecewa. Nasution menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya,¹ · Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk memperoleh keuntungan jangka panjang dan memberikan kesenangan bagi pelanggan. Kunci kepuasan pelanggan adalah pandangan pelanggan terhadap perusahaan. Pandangan pelanggan yang positif akan menguntungkan perusahaan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Inti dari kepuasan pelanggan terletak pada kualitas layanan dan kinerja yang diberikan. Kepuasan pelanggan pada hakikatnya adalah suatu penilaian dimana pilihan yang dipilih dapat menghasilkan hasil (outcome) yang sesuai atau melampaui harapan pelanggan. Sementara itu, jika hasilnya tidak mencapai tujuan yang diharapkan, anggota mungkin akan merasa tidak puas.²

Konsumen akan mengevaluasi jasa yang akan mereka beli atau gunakan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan pelanggan ternyata berhubungan langsung dengan penilaian kerja.

¹ Nasution, *Proses Penelitian Kuantitatif*. Hal. 21

² Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*.

Sebelum membeli suatu produk, konsumen mengevaluasi kualitasnya berdasarkan ekspektasi mereka terhadap kinerja dan sudut pandang pasca pembelian. Mereka akan merasa bahagia, tidak bahagia, atau acuh tak acuh, bergantung pada bagaimana kinerja sebenarnya dibandingkan dengan ekspektasi mereka. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka dipengaruhi oleh reaksi emosional ini. Seiring dengan penilaian mereka terhadap kinerja produk, penilaian pelanggan terhadap ekuitas pertukaran juga akan berdampak pada tingkat kesenangan atau ketidakpuasan.³ Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang di terima dan dialami kemudian dibandingkan dengan yang diharapkan.⁴

Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan menciptakan sistem yang dapat menjangkau pelanggan baru dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang ada.⁵ Oleh karena itu, agar bisnis dapat menerapkan strategi ini secara akurat, mereka harus peka ketika “mendengarkan” suara pelanggan dan secara aktif mengambil langkah strategis untuk mengidentifikasi keinginan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan mempunyai hubungan yang erat. Layanan pelanggan yang baik mendorong anggota untuk membangun ikatan saling percaya dengan bisnis. Jika ikatan

³ Minor, *Prilaku Konsumen Jilid 2*.

⁴ Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*.

⁵ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Hal, 234

terbentuk, anggota akan memilih bisnis tersebut, dan ketika mereka mengunjungi bisnis tersebut, mereka sudah mengetahui jenis layanan apa yang akan mereka terima karena interaksi masa lalu, desas-desus, informasi lain, dan kebutuhan mereka sendiri. agar pelayanan yang diterima sebelumnya dapat dijadikan patokan dalam membandingkan pelayanan yang ada saat ini.⁶

Berdasarkan American Society for Quality menjelaskan bahwa kualitas merupakan fitur yang totalitas serta suatu karakter tersendiri dari pelayanan atau produk yang berpengaruh terhadap kepuasan yang dinyatakan maupun tersirat. Dengan kata lain, kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mendapatkan predikat kepuasan dari pelanggan.⁷

Etika atau tata krama, fasilitas yang memadai, dan pelayanan yang bermutu sangat diperlukan untuk menunjang sistem pelayanan. Sedangkan tujuan menawarkan layanan adalah untuk memuaskan pelanggan atau anggota guna menciptakan nilai yang menguntungkan bisnis. Salah satu cara untuk mengukur kualitas suatu layanan adalah dengan mengidentifikasi pelengkapannya, atau yang biasa disebut dengan dimensi kualitas layanan. Lima aspek kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: bukti nyata, ketergantungan, jaminan, daya tanggap, dan empati.⁸

⁶ Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen...*, h.24.

⁷ Maulana Supriadi and Sofyan, "Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan."

⁸ Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Sejauh mana tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan. Memenuhi atau melampaui ekspektasi kualitas layanan dari pelanggan sasaran sangat penting untuk memberikan peningkatan kualitas layanan. Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan yang dirasakan menentukan tingkat kepuasan. Pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja yang dirasakan tidak sesuai dengan harapannya, dan sangat puas jika kinerja yang dirasakan memenuhi atau melampaui harapannya.⁹

Saat ini anggota pintar dan kritis. Oleh karena itu, lembaga keuangan non bank harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan.¹⁰ Jika tidak, anggota akan beralih ke lembaga keuangan non bank lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Untuk itu, dalam konotasi lembaga keuangan non bank membutuhkan info dari anggota mengenai perilaku dan sikap atas kinerja serta pelayanan terhadap kepuasan yang sudah diberikan pada anggota lewat jasa ataupun produk yang sudah dihasilkan dan akan dijual di pasar.¹¹

⁹ M. L. Saraswati, A. Pradhanawati, "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan."

¹⁰ Atep Adya Brata. 2005. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta : PT Alex Media Kompetindo. Hal. 36

¹¹ Husein Umair. 2007. Evaluasi Kinerja Perusahaan. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. Hal. 78

Menurut Kottler, kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan mereka. Anggota baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan lembaga keuangan yang mereka terima memenuhi atau melebihi harapan mereka. Sebaliknya, anggota akan merasa kecewa apabila kinerja pelayanan yang mereka terima tidak memenuhi harapan mereka.¹²

Ada banyak cara untuk mengukur kualitas layanan. Salah satu cara yang sering dipakai adalah menggunakan metode Servqual (Service Quality). Teri tersebut di cetuskan oleh Zeithaml, Berry, dan Parasraman dengan lima dimensi yang mereka utarakan yaitu servicequality, antara lain tangibels, reliability, responsiviness, assurance, dan emphaty.¹³

Lilik dan Nofiana dalam penelitiannya menemukan bahwa bukti fisik atau *tangible* yang berkualitas akan membuat anggota merasa puas.¹⁴ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrinda Khoirista dkk mengatakan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.¹⁵

Menurut Eka Purwanti, kehandalan atau *reability* berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Penelitian Cantrin Novista, dkk,

¹² Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*.

¹³ Tjipto, "Manajemen Jasa."

¹⁴ Lilik Rahmawati, "Ualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Waru."

¹⁵ Yulianto and Mawardi, "(Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)."

justru menyatakan bahwa kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.¹⁶

Menurut Untung Sriwidodo dkk, daya tanggap atau Responsiviness berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Namun, penelitian Catrin Novrista Harni dan Fivi RS justru menemukan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.¹⁷

Penelitian Nur Rakhman Saputro dan Kusuma Wijayanto memiliki pandangan yang berbeda mengenai pengaruh jaminan atau *assurance* terhadap kepuasan anggota. Nur Rakhman Saputro berpendapat bahwa jaminan berpengaruh positif,¹⁸ sedangkan Kusuma Wijayanto berpendapat bahwa jaminan tidak memiliki hubungan sama sekali dengan kepuasan anggota.

Empathy atau perhatian terhadap kepuasan anggota yang diteliti oleh Adi menyatakan bahwa perhatian memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan anggota.¹⁹ Sedangkan menurut Kusuma

¹⁶ Purwanti, “Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Salon Spa Moz5 Cabang Palembang.”

¹⁷ Catrin Novrista Harni, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Area Lubuk Pakam.”

¹⁸ Nur Rakhman Saputro a, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota BMT Arafah Sukoharjo.”

¹⁹ Kuswanto and Danamon, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.”

menyatakan bahwa perhatian tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.²⁰

Penelitian Irwan Misbah dkk. tentang *Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia* menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah.²¹

Penelitian selanjutnya berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan oleh Yesenia dan Edward H Siregar. Penelitian pada Jurnal Manajemen dan Organisasi ini memiliki variabel kualitas layanan, kualitas produk, kopuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen tapi berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan.²²

Penelitian selanjutnya berjudul *Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking* oleh Zeyad M.EM Kishda dan Norailis Ab. Wahab pada *International Journal of Business and Social*

²⁰ Kusuma Wijayanto, Farid Wajdi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Kasus Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta).”

²¹ Misbach et al., “Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia.”

²² Yesenia and Siregar, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan KFC Di Tangerang Selatan.”

Science. Pada penelitian ini menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan yang fokus pada nasabah. Kualitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.²³

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga di tentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.²⁴

Bernardin, Russel mengartikan performance dengan “*Performance is defined as the record of out comes produced on a specified job function or activity during a specified time period*”²⁵ (Kinerja ataupun prestasi merupakan catatan terkait hasil-hasil yang didapatkan dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu ataupun aktivitas tertentu selama kurun periode tertentu).

Menurut Dessler penilaian kinerja terdapat lima faktor yang populer²⁶, yaitu: Kualitas pekerjaan meliputi akurasi, ketelitian, keterampilan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

Kuantitas pekerjaan meliputi volume keluaran dan kontribusi karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Kepemimpinan

²³ Kishada and Wahab, “Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking.”

²⁴ Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.

²⁵ Bernadin, H. John dan joyce, *Human Resource Management, An Experimental Aproach*. Hal. 378

²⁶ Dessler, *Human Resource Management*.

(supervise) yang diperlukan penilaian terhadap hasil pekerjaan karyawan yang telah dikerjakannya; misalnya melalui hasil penilaian kinerja karyawan tersebut membutuhkan saran, arahan, atau perbaikan agar kinerja berikutnya membuahkan hasil yang optimal.

Kehadiran meliputi hal-hal yang terkait dengan kedisiplinan karyawan yaitu kehadiran, sanksi, regulasi, dan ketepatan waktu dalam bekerja.

Konservasi penilaian kinerja didasarkan atas faktor perlindungan yang meliputi pencegahan dan pemeliharaan. Misalnya penilaian kinerja sebagai alat untuk menjaga tingkat kinerja, sebagai alat untuk membantu serta mendorong karyawan untuk mengambil inisiatif dalam rangka memperbaiki kinerja, sebagai alat untuk mendorong pertanggung jawaban karyawan terhadap pekerjaannya.

Berikut beberapa penelitian yang menyebutkan hubungan kinerja karyawan atas pengaruhnya terhadap kepuasan anggota. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Santi Budi tentang pengaruh kinerja terhadap kepuasan mengayakan bahwa Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan r hitung sebesar 0,843 lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan $N=30$ sebesar 0,361.²⁷

²⁷ Santi Budi Utami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta.”

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rahmadi Mersyah Indra Setiawan tentang Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Bens Salon di Bandar Lampung dengan metode Regresi Linear Sederhana, Uji Hipotesis dengan Uji t, dan Uji R². Berdasarkan penelitian tersebut, kinerja pelayanan jasa Bens Salon di Bandar Lampung telah memberikan kontribusi sebesar 50,8% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa kinerja pelayanan jasa Bens Salon masih dapat ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen lebih lanjut.²⁸

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dengan judul Pengaruh Kinerja Karyawan, Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen ditulis oleh Agus Dwi Cahya, dkk. Penelitian pada *Jurnal of Management* ini memiliki tiga variabel yaitu kinerja karyawan, keputusan pembelian, dan kepuasan. Hasil pada penelitian ini menyebutkan bahwa kinerja karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumen.²⁹

Efektivitas operasional suatu organisasi, unit-unitnya, dan karyawannya dinilai secara berkala melalui evaluasi kinerja, yang didasarkan pada tujuan, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan. Proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan manajemen untuk

²⁸ Maulana, Salistia, and Sukarna, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah:"

²⁹ Dwi Cahya, Julita Sari, and Andar Feryanta, "Pengaruh Kinerja Karyawan, Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen."

menginformasikan kepada karyawan tertentu mengenai kualitas hasil kerja mereka dari sudut pandang kepentingan perusahaan merupakan definisi lain dari penilaian kinerja karyawan. Penilaian rutin bertujuan untuk melindungi organisasi dalam mencapai tujuannya. Kinerja pegawai diharapkan dapat meningkat sesuai dengan standar kinerja yang ditetapkan perusahaan apabila dievaluasi secara objektif, tepat, dan terdokumentasi secara menyeluruh. Hal ini cenderung mengurangi kemungkinan terjadinya penyimpangan dari norma yang dilakukan karyawan.³⁰

KSPPS BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Jawa Tengah adalah salah satu baitul maal wattamwil yang ada di Kabupaten Tegal memiliki satu kantor pusat dan 6 kantor cabang pembantu.

Berdasarkan buku laporan pertanggungjawaban pengurus, pengawas, dan dewan pengawas syariah di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal menjelaskan bahwa terdapat penurunan jumlah anggota dari tahun 2020 dan tahun 2021. Jumlah anggota tahun 2020 sejumlah 3331 anggota telah dilayani.³¹ Sedangkan pada tahun 2021 hanya sejumlah 1.195 anggota yang dilayani.³²

³⁰ S, "Economic Value Added (EVA): Suatu Alternatif Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan."

³¹ Pengurus BMT DRI Muamalat Jawa Tengah, *Laporan Pertanggungjawaban, Pengurus, Dewan Pengawas, Dan Dewan Pengawas Syariah KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah*.

³² Pengurus BMT DRI Muamalat Jawa Tengah, *Laporan Pertanggungjawaban Pengurus, Dewan Pengawas, Dan DewanPengawas Syariah BMT DRI Muamalat Jawa Tengah*.

Selain itu, berdasarkan data aduan anggota pada KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah, menyebutkan beberapa permasalahan kepuasan yang terjadi di KSPPS BMT DRI Muamalat tersebut. Permasalahan-permasalahan tersebut terkait komplain anggota tentang mekanisme pelayanan yang ada di sana. Pelayanan yang menjadikan konflik antara anggota dan karyawan tentang penarikan uang yang seharusnya dilakukan sesuai prosedur, justru mengakibatkan komplain dari anggota karena tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Terdapat kendala hingga anggota tidak bisa melakukan penarikan saat itu juga.

“Permasalahan yang pernah saya alami adalah kendala pencairan yang tertunda, tidak langsung saat itu juga.”³³

Kekeliruan lain yang terjadi adalah penundaan mekanisme pencarian dana yang terjadi di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. simpanan untuk pencairan dana yang diinginkan anggota. Anggota merasa tidak puasa karena harus ada penundaan penarikan yang mereka ingin lakukan.

Kurangnya pengetahuan-pengetahuan keanggotaan yang seharusnya dipahami betul oleh anggota namun tidak terealisasikan dengan baik. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya banyak kesalahpahaman antara karyawan dengan nasabah. Masalah semacam itu tentunya mengakibatkan anggota juga merasa dikecewakan karena pelayanan yang mereka harapkan tidak terealisasikan.

³³ Wawancara anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah atas nama Islamiyah pada 18 Juni 2023 pukul 13.00 WIB.

Selain pengakuan dari anggota, beberapa aduan juga diterima oleh karyawan BMT DRI Muamalat antara lain; kurang ramahnya karyawan bagian kasir, pelayanan terlalu lambat, tempat duduk yang tidak nyaman, tidak ada brosur angsuran khusus untuk pembiayan umum, kurangnya nyaman ruang saat pendingin ruangan belum dicuci.³⁴

Keluhan biasa karena kasir yang tidak ramah atau cuek. Pelayanan juga lambat satu orang bisa sampai setengah jam. Ada juga anggota yang mengeluhkan kursi duduk tidak nyaman, ruangan panas kadang karena AC belum dicuci. Kemudian aduan juga datang karena tidak ada brosur khusus untuk pembiayaan umum.³⁵

Berangkat dari masalah tersebut penulis ingin mengadakan penelitian tentang sejauh mana karyawan memberikan pelayanan dan kinerja pada anggota sehingga terjadi penurunan jumlah anggota dan kenaikan aset yang dimiliki KSPPS BMT DRI Muamalat.

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan, maka penulis ingin mengkaji masalah ini lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal”.

B. Rumusan Masalah

Kemudian, rumusan masalah yang ditentukan adalah :

³⁴ Wawancara karyawan BMT DRI Muamalat Jawa Tengah atas nama Agus Aqna pada 30 Juni 2023 pukul 10.05 WIB.

³⁵ Wawancara karyawan BMT DRI Muamalat Jawa Tengah atas nama Agus Aqna pada 30 Juni 2023 pukul 10.05 WIB.

1. Bagaimana pengaruh pelayanan pegawai terhadap kepuasan anggota di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal?
2. Bagaimana pengaruh kinerja pegawai terhadap kepuasan anggota di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan pegawai terhadap kepuasan anggota di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja pegawai terhadap kepuasan anggota di KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah di Kabupaten Tegal.

D. Manfaat Penelitian

Apabila penelitian ini bisa berjalan dengan baik dan menghasilkan analisis yang signifikan, maka penulis berharap penelitian ini bermanfaat;

1. Bagi Manajemen KSPPS BMT DRI Muamalat Kabupaten Tegal serta jajaran-jajaran terkait, dan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah selaku pemilik, mampu menjadi bahan masukan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan ketentuan-ketentuan dalam melaksanakan penyeleksian, pembinaan serta pengembangan dan

penempatan pegawai sesuai dengan kebiasaan-kebiasaannya supaya kualitas pelayanan mampu diraih.

2. Bagi program studi Magister Manajemen supaya penelitian tersebut bisa dijadikan kasus dalam hal kinerja dan pelayanan pada anggota lembaga keuangan non bank.
3. Penelitian ini juga berguna untuk lembaga-lembaga yang relevan sebagai dasar ataupun referensi untuk mengambil kebijakan ataupun ketentuan yang akan datang.
4. Bagi para peneliti lain yang masih relevan, bisa dijadikan sebagai referensi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang akan dibahas kali ini meliputi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang dilakukannya penelitian ini berisi data dukung, penelitian terdahulu, dan data lainnya yang memenuhi kriteria latar belakang. Kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan pembatasan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kali ini berisi tentang teori-teori yang bersifat dasar teori ataupun konsep dari penelitian yang akan dilaksanakan. Dalam bab ini terdapat bunyi-bunyi teori dasar dan pendapat-pendapat para ahli yang akan menjadi acuan pada bab selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian mengisi bab ketiga yang di dalamnya menjelaskan bagaimana pengolahan data yang di dapatkan dari hasil penelitian kemudian diolah agar mnjeadi hasil penelitian yang susai dengan kaidah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat menerangkan tentang hasil dari proses penelitian yang sudah dilakukan. Kemudian dibahas dari hasil penelitian tersebut agar hasil penelitian tersebut mampu dinikmati atau bermanfaat untuk kepentingan-kepentingan selanjutnya.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini menutup dari keseluruhan bab yang sudah dibahas sebelumnya. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil dan pembasan yang ada pada bab empat untuk perbaikan penelitian yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Teori Kepuasan

Teori kepuasan atau *theory of satisfaction* terbagi atas beberapa teori. Teori-teori tersebut adalah *assimilation theory*, *contrast theory*, dan *assimilation contrast theory*.³⁶

Menurut teori asimilasi, konsumen akan cenderung menilai produk atau layanan yang mereka beli berdasarkan ekspektasi mereka sebelumnya.³⁷ Jika kinerja produk atau layanan tidak sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan cenderung mendistorsi perbedaan tersebut agar sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal ini dilakukan untuk menghindari ketidaknyamanan psikologis yang disebabkan oleh ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas.³⁸

Teori kontras menyatakan bahwa konsumen akan menilai kinerja produk atau layanan berdasarkan perbedaan antara kinerja aktual dan ekspektasi.³⁹ Dengan kata lain konsumen

³⁶ Adah, "Urban Development Practices and the Challenges of Climate Change Mitigation."

³⁷ Susanto and Otoluwa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros."

³⁸ Ridwan Aris Munandar, *Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung)*.

³⁹ Susanto and Otoluwa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros."

akan merasakan kepuasan apabila kinerja produk lebih besar atau sama dengan ekspektasi dari konsumen sebelum pembelian. Namun bila kinerja produk lebih kecil dari ekspektasi konsumen maka nilai kepuasan semakin kecil atau tidak puas.⁴⁰

Teori kontras asimilasi menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tingkat kesenjangan antara kinerja aktual dan ekspektasi. Jika kesenjangan besar, maka konsumen akan cenderung memperbesar kesenjangan tersebut, sehingga produk akan dipersepsikan jauh lebih baik atau jauh lebih buruk dibandingkan dengan kenyataannya. Namun, jika kesenjangan tidak terlalu besar, maka konsumen akan cenderung mengasimilasi kesenjangan tersebut, sehingga produk akan dipersepsikan mendekati ekspektasi.⁴¹

Teori kepuasan yang dikemukakan Kotler berbunyi “---a *person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's received performance (or outcome) in relations to the persons's expectation*”--- artinya bahwa konsumen akan merasa puas jika kinerja produk atau layanan yang mereka terima memenuhi atau melebihi ekspektasi

⁴⁰ Ridwan Aris Munandar, *Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung)*.

⁴¹ Iwan Andriawan, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250FI (Survey Pada Kawasaki Ninja Club Bandung JL Cihampelas No.30 Bandung)*.

mereka. Namun, jika kinerja produk atau layanan yang mereka terima tidak memenuhi ekspektasi mereka, maka konsumen akan merasa tidak puas.⁴²

Diksi kepuasan secara harfiah berasal dari kata *satisfaction* dalam bahasa latin “satis” artinya memadai atau cukup baik, sedangkan “*facio*” berarti membuat atau melakukan jadi dapat diartikan secara sederhana yaitu usaha untuk memenuhi sesuatu. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang sesudah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya atas usaha yang sudah dilakukan⁴³.

Pendapat lain tentang kepuasan dijelaskan oleh Westbrook & Reilly menerangkan bahwa kepuasan merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.⁴⁴

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya⁴⁵. Jadi kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai⁴⁶.

Kepuasan konsumen adalah tingkat kesenangan atau kekecewaan yang dirasakan konsumen setelah membandingkan

⁴² Rangkuti, *FMeasuring Customer Satisfaction*.

⁴³ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Hal. 233

⁴⁴ M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Mangement*.

⁴⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, Chandra, *Service, Quality Satisfaction*.

kinerja produk atau layanan aktual dengan ekspektasi.⁴⁷ Kepuasan konsumen juga merupakan sebuah evaluasi konsumen terhadap produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka.⁴⁸

Dengan demikian, manfaat yang dihasilkan dari ketidaksesuaian antara kinerja yang dirasakan dan harapan adalah tingkat kepuasan. Jika kinerjanya tidak sesuai dengan harapan pelanggan, mereka akan merasa tidak puas. Pelanggan puas ketika kinerja memenuhi harapan mereka. Sementara itu, pelanggan akan sangat senang jika kinerja memenuhi atau melampaui ekspektasi. Harapan konsumen dapat dipengaruhi oleh informasi dan janji dari pesaing dan pemasar, komentar yang dibuat oleh anggota keluarga, dan pengalaman masa lalu. Pelanggan yang puas dengan suatu bisnis akan tetap setia untuk jangka waktu yang lebih lama, tidak terlalu sensitif terhadap harga, dan memberikan ulasan positif.

a. Penentuan Tingkat Kepuasan

Susanto mendefinisikan kepuasan sebagai keadaan emosional seseorang setelah membandingkan kinerja sebenarnya dengan harapannya. Pelanggan, sebaliknya, adalah mereka

⁴⁷ Ove C. Hansemark, "Managing Service Quality: An International Journal."

⁴⁸ Bitner, "Reassessment Of Expectations As A Comparison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Research."

yang sering mengunjungi suatu lokasi dengan barang yang sama untuk memenuhi kebutuhan mereka akan suatu produk atau jasa dan untuk membayarnya.⁴⁹

Pelanggan sering kali memeriksa proses pembelian barang dan jasa dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh perusahaan lain untuk mengukur tingkat kepuasan. Jawaban atas kekhawatiran tentang alasan pelanggan mengambil keputusan terletak pada jumlah nilai tambah yang ditawarkan suatu produk atau layanan kepada mereka. Intinya, konsumen mencari nilai terbaik—atau pemaksimal nilai—yang ditawarkan suatu barang atau jasa.

b. Kepuasan Dalam Perspektif Islam

Ekonomi islam menggambar kepuasan dengan istilah *qanaah*. Dalam Islam, qanaah, atau kepuasan, adalah manifestasi lahiriah dari kepuasan diri sendiri, baik secara intelektual maupun fisik. Menurut filosofi Islam, pelanggan harus bersikap adil agar bisa puas. Selain itu, dalam Islam, kepuasan

⁴⁹ Susanto, *Manajemen Dan Persaingan Bisnis 3 Dinamika Manajemen*. Hal. 52

dikaitkan dengan agama sehingga melahirkan apresiasi.⁵⁰

Menurut Islam untuk menentukan kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal. Kedua, tidak berlebih-lebihan dalam mengkonsumsinya. Dan ketiga, tidak mengandung riba.⁵¹

Kepuasan dalam perspektif islam merupakan perbandingan antara harapan konsumen dengan kenyataannya sesuai dengan standar syariah. Menurut Qardhawi, untuk menentukan pedoman atau standar syariah pada suatu lembaga melihat dari kinerjanya baik pada perusahaan barang atau jasa. Berikut adalah standar yang maksud adalah:⁵²

1) Sifat Jujur

Suatu lembaga, instansi, atau perusahaan harus menerapkan sikap jujur di semua lapisan strukturalnya. Perintah tersebut tertuang pada hadits Nabi yang artinya berbunyi:

⁵⁰ Fitria Solahika Salma, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya."

⁵¹ Fitria Solahika Salma.

⁵² Musa, *Falsafat Al-Akhlak Fi Al-Islam*.

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.” (HR. Ahmad dan Thabrani).

2) Sifat Amanah

Amanah merupakan pengambilan suatu hak sesuai yang didapatkannya tidak melebihkan atau mengurangi baik untuk dirinya ataupun orang lain.

3) Benar

Dusta atau lawan kata dari benar merupakan perbuatan tercela yang sangat dibenci Allah. Dalam buku ini dijelaskan bahwa perintah untuk menjalankan kebenaran tertuang pada surat Ali Imron ayat 195 yang artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemahlembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang

yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali Imron : 159).

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Tujuan utama suatu bisnis adalah untuk memuaskan pelanggannya. Meningkatkan kepuasan pelanggan dapat memberikan sejumlah keuntungan bagi bisnis, seperti membina hubungan positif antara kedua pihak, meletakkan dasar bagi bisnis yang berulang, menumbuhkan loyalitas pelanggan, dan menghasilkan rujukan dari mulut ke mulut yang menguntungkan. Sejumlah ahli mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai reaksi pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah penggunaan. Evaluasi kepuasan pelanggan pasca pembelian terjadi ketika alternatif yang dipilih memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana seseorang merasa puas dengan kinerja (atau hasil) sehubungan dengan harapan mereka.

Berikutnya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan. Dalam teori ini dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner.⁵³ Faktor-

⁵³ Zeithaml, V.A. and Bitner, *Services Marketing*.

faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut adalah:

1) Kualitas Pelayanan

Aspek kualitas pelayanan memiliki ketergantungan pada tiga hal. Tiga hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut adalah sistem, teknologi, dan manusia. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki lima dimensi yaitu keandalan, responsive, keyakinan, berwujud, dan empati.

2) Kualitas Produk

Terdapat beberapa elemen yang mempengaruhi kualitas produk, delapan elemen tersebut adalah: kinerja, fitur, reliabilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, sesuai dengan spesifikasi, dan kualitas penerimaan.

3) Harga

Harga salah satu indikator dalam menentukan pilihan suatu produk. Konsumen cenderung menduga harga yang tinggi menggambarkan kualitas yang baik.

4) Faktor Situasi dan Personal

Faktor ini terjadi dipengaruhi oleh pengalaman personal seseorang dalam

menikmati barang dan jasa. Konsumen akan cenderung menuntut dan memiliki harapan besar terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsinya.

Empat faktor di atas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Zeithaml dan Bitner. Selanjutnya adalah faktor-faktor kepuasan yang dikemukakan oleh Lupiyoadi terdapat lima faktor. Faktor-faktor⁵⁴ tersebut adalah:

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Layanan
- 3) Emosi

Perasaan bangga tersendiri saat seseorang mengkonsumsi atau memakai barang tersebut.

- 4) Harga
- 5) Biaya

Kondisi saat konsumen tidak perlmengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Selanjutnya adalah pendapat yang dikemukakan Irawan, menurutnya beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah⁵⁵:

⁵⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*.

⁵⁵ Irawan, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*.

- 1) Kualitas Produk
- 2) Harga
- 3) Kualitas Pelayanan
- 4) Emosi
- 5) Biaya dan Kemudahan

Faktor-faktor kepuasan berikutnya dikemukakan oleh Indrasari sebagai berikut⁵⁶:

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga
- 5) Biaya

Faktor-faktor selanjutnya dijelaskan dari beberapa penelitian terdahulu. Penelitiann yang pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Yuliarmi Dan Putu Riyasa dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pdam Kota Denpasar - 2007⁵⁷. Penelitian yang diterbitkan oleh jurnal Buletin Studi Ekonomi (Universitas Udayana) mempunyai beberapa variabel yaitu

⁵⁶ Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.

⁵⁷ Yuliarmi and Riyasa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan."

Kepuasan (Y), (Reliability) (X_1), Ketanggapan (Responsiveness) (X_2), Keyakinan (Assurance) (X_3), Empati (Emphaty) (X_4), Dan Berwujud (Tangible) (X_5). Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder dengan populasi para pelanggan PDAM Kota Denpasar dan sample ditentukan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis yang digunakan menggunakan standar deviasi, Uji F, serta Uji t. Secara Simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Secara parsial seluruh variabel kecuali keandalan (reability) X_1 berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Desangkan variabel Keandalan (Reliability) (X_1) dalam model ini tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Perbedaanya dengan penelitian ini adalah dalam teknik analisis, penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan regresi linier berganda.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sambodo Rio Sasongko dengan judul Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas

Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran) tahun 2021⁵⁸ pada jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Variabel dari judul ini adalah kepuasan pelanggan (Y_1), loyalitas pelanggan (Y_2), tangible (X_1), responsiveness (X_2), reability (X_3), assurance (X_4), empathy (X_5). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi literatur. Mengumpulkan literasi yang menjelaskan tentang hubungan variabel X terhadap Y kemudian menghasilkan bahwa seluruh variabel X berpengaruh terhadap kepuasan. Variabel kepuasan juga berpengaruh terhadap variabel loyalitas. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam metode penelitian yang menggunakan metode kuantitatif survei.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Luh Gede Dewi Kusumasari dengan judul Pengaruh Faktor Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pendawa Mini Market Di Desa Bajera Tahun 2011, 2013⁵⁹. Penelitian pada jurnal Pendidikan dan Ekonomi Undiksha memiliki variabel produk (X_1),

⁵⁸ Sambodo Rio Sasongko, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)."

⁵⁹ Kusumasari, "Pengaruh Faktor Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pendawa Mini Market Di Desa Bajera Tahun 2011."

Harga (X_2), Pelayanan (X_3), Kepuasan (Y). Populasi dalam penelitian kali ini adalah pelanggan dari Desa Bajera yang kurang puas berbelanja pada Pendawa minimarket. Sampel diambil dengan teknik stratified purposive random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data prime. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif dengan analisis regresi sederhana, uji R dan uji t. uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis tersebut menghasilkan faktor kepuasan pada Pendawa Mini Market seperti faktor produk, faktor harga, dan faktor pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Pendawa Mini Market. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada uji validitasnya. Luh Gede melakukan uji validitas dengan teknik koefisien korelasi *product moment pearson* sedangkan penelitian ini tidak menggunakan teknik tersebut.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Alverina Mulyadi Dan Eddy Madiono Sutanto dengan judul Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Toko Fashion Online Zalora Di

Indonesia pada jurnal Agora tahun 2018⁶⁰. Variabel pada penelitian ini adalah teknologi (X_1), belanja (X_2), produk (X_3), logistik (X_4), Kepuasan (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksploratori. Populasi yang dipilih adalah jumlah pengguna aplikasi Zalora dan pengunjung websitenya dengan teknik sampling yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis yang dipilih adalah uji validitas, uji reliabilitas dan KMO Bartlett's test. Hasil dari penelitian ini adalah faktor teknologi, faktor belanja, faktor produk, dan faktor logistik mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan pada Toko Zalora ini memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu bagian teknik analisis data. Analisis data pada Toko Zalora menggunakan teknik KMO Bartlett's untuk setiap variabel sedangkan penelitian ini menggunakan teknik uji validitas dan uji reliabilitas.

- d. Mengukur Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya dalam Manajemen

Ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, mereka dikatakan puas. Jika

⁶⁰ Ratih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Belanja Online."

suatu layanan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, maka dianggap memuaskan. Memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif, dan efisien sangat bergantung pada pengukuran kepuasan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan tentu dapat menunjukkan bahwa pelayanan tersebut tidak efektif dan efisien. Hal ini mempunyai arti penting bagi pelayanan publik. Saat menciptakan sistem untuk menyediakan layanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, menghemat waktu dan uang, dan mengoptimalkan efek layanan pada populasi sasaran, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan merupakan hal yang sangat penting. Menurut Kotler ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen adalah:⁶¹

1) Sistem keluhan dan saran.

Bisnis harus menggunakan kotak saran untuk mendapatkan informasi langsung dari pelanggan guna mendeteksi masalah. Informasi yang dikumpulkan dimaksudkan

⁶¹ Kotler, *Marketing Manajemnt*. Hal. 38

untuk digunakan sebagai masukan oleh bisnis.

2) Survei kepuasan konsumen.

Survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau melalui surat pos. Bisnis dapat menjalin kontak dua arah dan menunjukkan fokus mereka pada pelanggan dengan menggunakan teknik ini.

3) *Ghost Shopping*.

Dengan menggunakan teknik ini, kelebihan dan kekurangan perusahaan pesaing dinilai dan dibandingkan dengan perusahaan yang sedang dipertimbangkan.

4) Analisis kehilangan konsumen

Jumlah konsumen yang hilang menunjukkan betapa buruknya perusahaan dalam memuaskan kliennya. perusahaan perlu memeriksa dan memahami alasan di balik penghentian produk oleh pelanggan.

2. Teori Layanan

a. Pengertian pelayanan

Teori layanan menyebutkan “service is an act or performance offered by one party or another” atau dalam Bahasa Indonesia berarti layanan adalah

tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak atau pihak lain. Teori tersebut dikemukakan oleh Lovelock dan Wright dalam bukunya yang ditulis pada tahun 2002.⁶² Pihak dalam hal ini suatu perusahaan dengan para mitra atau konsumen yang menikmati jasa atau barang perusahaan tersebut.

Gronroos mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu proses yang melibatkan interaksi antara konsumen dan penyedia layanan. Proses ini tidak dapat dilihat atau diraba, tetapi dapat dirasakan melalui pengalaman konsumen. Pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶³ Pendapat lain menurut Moenir layanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas dengan orang lain secara langsung.⁶⁴

Mengutip dari Kotler, pelayanan adalah aktivitas yang menguntungkan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶⁵ Aktivitas ini tidak berwujud dan tidak menghasilkan

⁶² Lovelock and Wright, *Principles of Service Marketing and Management*.

⁶³ Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Dan Standar Pelayanan Minimal*.

⁶⁴ M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,.

⁶⁵ Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*.

kepemilikan, tetapi dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.⁶⁶

Pendapat lain dikemukakan Sampara dalam bukunya menjelaskan bahwa pelayanan adalah kegiatan secara langsung antara orang dengan orang atau orang dengan mesin secara fisik, serta bermuara pada kepuasan pelanggan.⁶⁷

Secara harfiah, menurut KBBI oleh WJS Poerwadarminta, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang Lain, seperti tamu ataupun pembeli. Di bidang manajemen, menurut Iqbal⁶⁸ beberapa pakar menjelaskannya secara beragam dari kata service, sebagai berikut :

- 1) Self Awareness dan Self Esteem.
- 2) Empathy & Enthusiasm.
- 3) Reform.
- 4) Vision & Victory.
- 5) Initiative & Impressive.
- 6) Care & Cooperative.
- 7) Empowerment & Evaluation.

⁶⁶ Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*.

⁶⁷ Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*.

⁶⁸ Iqbal, *Pelayanan Yang Memuaskan*. Hal. 53

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen⁶⁹.

Arti pelayanan yaitu cara memberikan bantuan pada orang lain dengan proses-proses tertentu yang membutuhkan kepekaan serta hubungan interpersonal supaya terciptanya kepuasan serta kesuksesan .

Kualitas pelayanan menurut konsep ServQual terdiri dari lima dimensi⁷⁰ :

- 1) Dimensi Tangible: Dimensi ini berkaitan dengan aspek fisik dari pelayanan, seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan karyawan.
- 2) Dimensi Reliability: Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi janjinya kepada pelanggan..
- 3) Dimensi Responsiveness: Dimensi ini berkaitan dengan kecepatan dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.

⁶⁹ Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*.

⁷⁰ Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Hal. 58-73

- 4) Dimensi Assurance: adalah Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.
- 5) Dimensi Empathy: Dimensi ini berkaitan dengan perhatian dan pengertian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan.

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Berdasarkan ensiklopedi Islam, pelayanan merupakan suatu keharusan yang mana pengoprasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Suatu Perusahaan harus memiliki pedoma pada pelaksanaan berdasarkan prinsip syariah yang tak lain adalah Al-Qur'an dan Hadits.

Layanan berarti memberikan bantuan pada orang lain yang memerlukan. Pada Tindakan tersebut tentunya tercermin perilaku terpuji. Walaupun setiap agama memerintahkan untuk melayani, namun agama Islam memberikan penekanan tersendiri pada hal ini. Sikap melayani dalam Islam sama dengan berbuat ihsan. Al-Quran memerintahkan untuk berbuat ihsan kepada orang lain seperti Allah berbuat baik kepada makhluk-

Nya.⁷¹ Perintah tersebut tertuang pada surat Al-Qashash ayat 77.

Menurut Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa agar kita sebagai manusia menggunakan harta dan kenikmatan lainnya sebagai bekal ketaatan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Ketaatan tersebut dalam bentuk perbuatan baik agar mendapatkan pahala dan kebaikan di akhirat.

Allah telah memberikan kepadamu segala yang kamu butuhkan untuk hidup, seperti makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, dan pasangan. Hal ini karena Allah menginginkan kamu untuk memenuhi kewajibanmu kepada-Nya, dirimu sendiri, dan keluargamu. Selain itu, Allah juga memerintahkanmu untuk berbuat baik kepada sesama makhluk. Kamu harus berbuat baik kepada mereka sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu. Janganlah kamu ingin berbuat kerusakan di muka bumi dan janganlah pula berbuat jahat kepada ciptaan-Nya.⁷²

Menurut tafsir kontemporer, Quraish Shihab menekankan adanya keseimbangan antara dunia dan

⁷¹ Syahril, "Kualitas Pelayanan Dalam Islam."

⁷² Al-Hafidz Ibnu Katsir Addimasyqy, *Tafsir Ibnu Katsir Juz II*.

akhirat. Sikap ihsan sebagai dasar aktivitas pelayanan harus dibarengi dengan ilmu kualitas pelayanan yang benar. Karena tanpa adanya pengetahuan pelayanan yang benar, maka sikap ihsan sebagai dasar tidak akan tepat sasaran.⁷³

Pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk interaksi antara organisasi jasa dan pelanggan atau konsumen. Interaksi ini harus berdasarkan nilai-nilai moral dan kepatuhan terhadap syariat Islam.⁷⁴

Terdapat beberapa etika dalam pemasaran Islam yang bisa menjadi acuan dalam melakukan pelayanan yang baik. Etika pemasaran dalam Islam harus berpedoman pada Al-Qur'an dan tidak boleh disalahartikan. Etika ini menekankan pentingnya aspek transedental, kemutlakan, dan nilai-nilai kebaikan di masyarakat, bukan hanya keuntungan individual.⁷⁵

Terdapat enam dimensi pada pelayanan dalam perspektif Islam dengan menambahkan unsur

⁷³ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Quran Jilid 10*.

⁷⁴ Owen, "The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House)."

⁷⁵ Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed.

compliance atau kepatuhan. Lima dimensi pelayanan yang ditambah dengan prinsip kepatuhan yang lebih dikenal dengan CARTER.

Dimensi yang pertama adalah dimensi kepatuhan pada syariat Islam (*sharia compliance*). Suatu aspek penting yang harus ada pada lembaga syariah yaitu kepatuhannya pada syariat islam.

Dimensi selanjutnya adalah jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), wujud atau bentuk (tangible), empati (empathy), serta kehandalan (reliability).

c. Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan

Kepuasan menjadi konsep penting dalam kajian bisnis manajemen. Pada dasarnya konsumen mengharapkan produk jasa yang dapat diterima melalui bentuk layanan yang baik dan memuaskan.⁷⁶ Lembaga keuangan harus mengutamakan kepuasan anggota. Lembaga keuangan harus memberikan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan anggota dan memberikan manfaat bagi anggota..⁷⁷

Kualitas pelayanan dengan kepuasan memiliki hubungan yang sangat erat. Kualitas pelayanan

⁷⁶ Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru."

⁷⁷ Philip Kotler, *Principles of Marketing*.

sebagai dorongan kuat antara pelanggan dengan perusahaan untuk memiliki hubungan yang kuat. Hubungan yang kuat memiliki implikasi yang baik dalam jangka panjang karena mampu memahami harapan dan kebutuhan pelanggan.⁷⁸

Penyelenggaraan atau pemberian pelayanan dapat diukur keberhasilannya ditentukan oleh kepuasan dari penerima layanan atau pelanggan. Kepuasan dari penerima layanan didapatkan jika penerima layanan mendapatkan pelayanan yang diharapkan dan dibutuhkan. Dengan demikian, harapan dan kebutuhan penerima layanan harus sepenuhnya terpenuhi oleh penyelenggara atau pemberi layanan agar penerima layanan mendapatkan kepuasan.⁷⁹

Berdasarkan American Society for Quality menjelaskan bahwa kualitas merupakan fitur yang totalitas serta suatu karakter tersendiri dari pelayanan atau produk yang berpengaruh terhadap kepuasan yang dinyatakan maupun tersirat. Dengan

⁷⁸ wilhelmina kosnan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke Wilhelmina Kosnan.”

⁷⁹ Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Dan Standar Pelayanan Minimal*.

kata lain, kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mendapatkan predikat kepuasan dari pelanggan.⁸⁰

Perusahaan baik penyedia layanan jasa atau produk harus menjaga kualitas layanan yang ditawarkan maupun diberikan. Penyedia layanan jasa atau produk harus memiliki kualitas layanan berada diatas pesaingnya, harus memiliki kualitas yang melebihi harapan dari pelanggan, dan tentunya memenuhi kebutuhannya agar pelanggan merasa puas. Apabila komponen-komponen tersebut terpenuhi maka penyedia jasa atau produk akan mendapatkan kepuasan dari pelanggan, sekaligus mampu menciptakan loyalitas pelanggan.⁸¹

Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan hubungan pelayanan dengan kepuasan. Penelitian yang pertama berjudul Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan tahun 2017 oleh Aan Rahman pada Jurnal Cakrawala.⁸² Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu pelayanan (X) dan

⁸⁰ Maulana Supriadi and Sofyan, "Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan."

⁸¹ Maulana Supriadi and Sofyan.

⁸² Rahman, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan)."

Kepuasan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Cabang Mayestik Jakarta Selatan. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,738, yang termasuk dalam kategori kuat.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Irwan Misbah dkk *tentang Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar* Indonesia pada *International Journal of Business and Management*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.⁸³

Penelitian selanjutnya berjudul *Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking* oleh Zeyad M.EM Kishda dan Norailis Ab. Wahab pada *International Journal of Business and Social*

⁸³ Misbach et al., "Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia."

Science. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan akhirnya loyalitas pelanggan.⁸⁴

Penelitian selanjutnya berjudul Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi tahun 2018.⁸⁵ Penelitian ini terdapat pada jurnal *Ecodemica* oleh Andi Riyanto. Terdapat dua variabel yaitu pelayanan (X) dan kepuasan (Y) dengan hasil penelitian analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat (bahwa nilai korelasi Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $r = 0,667$, yang berarti berada diantara nilai $0,50 \pm 0,75$), sifat hubungannya positif yang artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan semakin baik dalam

⁸⁴ Kishada and Wahab, "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking."

⁸⁵ Riyanto, "Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Cibadak Sukabumi."

mendukung produk jasa PDAM Cabang Cibadak Kabupaten Sukabumi.

Selanjutnya penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Atlas Pematangsiantar pada tahun 2015.⁸⁶ Penelitian ini dilaksanakan oleh Herry Christman, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, dan Efendi pada jurnal Maker. Variabel pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) dan kepuasann (Y). positif antara variable X dan Y. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bengkel Atlas Pematangsiantar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Atlas Pematangsiantar, maka semakin puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Penelitian selanjutnya berjudul Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Mahasiswa dilaksanakan pada tahun 2019.⁸⁷ Penelitian ini dipersembahkan oleh Rusmadi pada jurnal Ilmiah Indonesia dengan variabel requiste

⁸⁶ Chrisman, Herry, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, “314905-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kep-21af2b2f.”

⁸⁷ Rusmadi, “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Mahasiswa.”

(syarat) (X_1), acceptable (diterima) (X_2), fungsional (fungsional) (X_3), dan kepuasan mahasiswa (Y). Terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan requisite atau yang dipersyaratkan dengan kepuasan mahasiswa. diterima dengan kepuasan mahasiswa. Terdapat hubungan yang signifikan yang positif antara kualitas pelayanan Funcional/ yang fungsional dengan kepuasan mahasiswa.

Judul penelitian selanjutnya adalah Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang diteliti pada tahun 2017.⁸⁸ Penulis dari jurnal ini adalah Deka Veronika pada jurnal Development. Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan (Y). Hasil perhitungan uji koefisien korelasi determinasi yang cukup signifikan. Artinya variable pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

Berikutnya adalah penelitian yang berjudul Hubungan Pelayanan Perawat Terhadap Kepuasan Pasien dilaksanakan pada tahun 2021⁸⁹.

⁸⁸ Veronica, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan."

⁸⁹ Basri and Abdillah, "Hubungan Pelayanan Perawat Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna Kartu Kis Bpjs Di Ruang Rawat Inap Rsud Sekarwangi Sukabumi."

Burhanuddin Basri dan Hadi Abdillah memublikasi penelitian ini pada jurnal Ilmu Kesehatan Bakti Husada dengan varibel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan (Y). hasil dari penelitian ini terhadap hubungan yang positif serta signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Penelitian selanjutnya berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan oleh Yesenia dan Edward H Siregar. Penelitian pada Jurnal Manajemen dan Organisasi ini memiliki variabel kualitas layanan, kualitas produk, kopuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen tapi berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan.⁹⁰

Dari penjelasan di atas dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₁: Pelayanan Karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah

3. Teori Kinerja

a. Pengertian Kinerja

⁹⁰ Yesenia and Siregar, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan KFC Di Tangerang Selatan."

Bernardin, Russel mengartikan performance dengan “*Performance is defined as the record of out comes produced on a specified job function or activity during a specified time period*”⁹¹ (Kinerja dan prestasi adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam kurun waktu tertentu.). Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan wewenang yang diberikan, selaras dengan tujuan organisasi, dan dengan cara yang efisien dan efektif.

Kinerja merupakan prestasi yang diperoleh seseorang atau kelompok berdasarkan tanggung jawab dan wewenangnya sejalan dengan tujuan organisasi secara efektif dan efisien.⁹² Menurut pendapat Henry Simamora kinerja merupakan tingkat dimana mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan.⁹³

⁹¹ Bernadin, H. John dan joyce, *Human Resource Management, An Experimental Aproach*. Hal. 378

⁹² Rina Yuniarti, Rudy Irwansyah, Muhammad Ardi Nupi Hasyim, Pedi Riswandi, Sovi Septania, Alfi Rochmi, Febrianty, I Gede Bayu Wijaya, Febria Sri Handayani, Bambang, Amanda Setiorini, Meilaty Finthariasari & Khairul Bahrun, Daniel J I Kairupan, Sri Ekowati, *Kinerja Karyawan Tinjauan Teori Dan Praktis*.

⁹³ Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Kinerja merupakan keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu profesi ataupun suatu pekerjaan dalam waktu tertentu atau temporal.⁹⁴

Kinerja merupakan hasil kerja seorang pegawai baik kuantitas maupun kualitas yang dicapainya dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan.⁹⁵ Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut.⁹⁶

Performance merupakan istilah asal dari kinerja yang berarti hasil dari kerja seorang pegawai, suatu proses manajemen ataupun sebuah organisasi secara keseluruhan, hasil kerja yang telah ada harus dapat dibuktikan secara konkrit dan terukur (mampu dibandingkan dengan standar yang sudah ditetapkan).⁹⁷

Pengertian dari yang dimaksud dengan kinerja adalah sumber kinerja. Definisi kinerja sebagai produk kerja atau prestasi di tempat kerja adalah hal lain. Namun, istilah “kinerja” sebenarnya merujuk

⁹⁴ Wirawan, *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi Dan Penelitian*.

⁹⁵ Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*.

⁹⁶ Wibowo, *Manajemen Perubahan*.

⁹⁷ Yani, *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

pada lebih dari sekedar produk kerja; itu juga mengacu pada proses melakukan pekerjaan. Pekerjaan yang selaras dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi akan menghasilkan kinerja. Dengan demikian, kinerja adalah hasil dari suatu tugas yang diselesaikan dan pekerjaan itu sendiri. Fokus pertunjukan ini adalah pada apa yang bisa dilakukan dan bagaimana caranya.

Kinerja adalah catatan tentang pencapaian yang dihasilkan dari pelaksanaan fungsi pekerjaan atau aktivitas tertentu dalam kurun waktu tertentu. Pencapaian tersebut dapat berupa hasil kuantitatif, seperti jumlah produk yang dihasilkan, jumlah transaksi yang dilakukan, atau jumlah pelanggan yang dilayani. Pencapaian tersebut juga dapat berupa hasil kualitatif, seperti kualitas produk atau layanan yang diberikan, kepuasan pelanggan, atau reputasi perusahaan.⁹⁸

b. Kinerja Dalam Perspektif Islam

Misi kebenaran dalam pandangan Islam yaitu kebaikan, produktifitas dan kasih sayang pada sesama manusia dan makhluk Allah lainnya. Secara

⁹⁸ Bernadin, H. John dan joyce, *Human Resource Management, An Experimental Aproach*.

fitrah manusia ingin menjadi suci dan secara kodrati dekat pada kebenaran.

Menurut Syalaby mengemukakan bahwa ajaran Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bekerja keras dan rajin dalam upaya mencari nafkah dan mencapai kesuksesan di dunia. Dalam setiap pekerjaan yang kita lakukan, Allah, Rasulullah, dan kaum mukmin akan selalu melihat dan mengawasi kita. Pada akhirnya, kita akan dikembalikan kepada Allah untuk mempertanggungjawabkan semua perbuatan kita, termasuk hasil kerja kita. Pesan tersebut terdapat pada Q.S At-Taubah ayat 105.

Kinerja merupakan gambaran akidah yang bersumber dari keimanan. Artinya bahwa nilai-nilai Islami yang sehubungan dengan kinerja tentunya bagian yang mengikat dengan akidah islam. Kinerja sering dinyatakan dengan sebutan iman dan syariah yang akrab disebut dengan amal sholeh.⁹⁹

Kehidupan ini dinyatakan pada kinerja atau amal perbuatannya. Sedangkan nilai hidup manusia tergantung pada nilai kinerjanya. Firman Allah dalam Quran Surat Al-Kahfi ayat 7 dan 8 yang berbunyi:

⁹⁹ Yusuf.

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴿٧﴾ وَإِنَّا
لَجَاعِلُونَ مَا عَلَيْهَا صَعِيدًا جُرُزًا ﴿٨﴾

Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang ada di bumi sebagai perhiasan baginya, untuk Kami menguji mereka, siapakah di antaranya yang terbaik perbuatannya.

Islam menilai bahwa kinerja religius seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek yang sangat diperhatikan adalah niat bekerja yang harus diniatkan tulus kepada Allah. Selain itu seorang muslim hendaklah menerapkan kaidah/norma syariah secara keseluruhan dalam melaksanakan pekerjaan.¹⁰⁰

Selain itu menurut As`ad aspek lainnya adalah bertujuan memiliki kesejahteraan finansial yang layak, adil, dan mencukupi. Bertujuan memiliki status dan hubungan sosial yang baik dan tentunya bertujuan memiliki rasa keamanan dan kenyamanan lahir dan batin.¹⁰¹

Pendapat lain mengatakan bahwa prinsip pada penilaian kinerja syariah adalah merencanakan,

¹⁰⁰ Hadi, Yogi Dwi Anugrahadi, "Mengetahui Pengaruh Kinerja Islam Terhadap Motivasi Islam, Komitmen Islam, Dan Pelatihan Islam Pada Karyawan PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Jakarta."

¹⁰¹ Yusuf, *Kinerja Islami*.

memantau, serta mengevaluasi, kompetensi syariah para karyawan. Kompetensi syariah tentunya perlu dikembangkan karena sejalan dengan tujuan perusahaan yang di dalamnya terdapat bisnis dan kemadlorotan.¹⁰²

c. Hubungan Kinerja dengan Kepuasan

Kinerja adalah tercapainya hasil kerja seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Dalam hal ini, ada hubungan unik antara kepuasan dan kinerja. Lembaga keuangan yang memaksimalkan pelayanan dapat memperoleh keuntungan yang jelas jika kinerjanya baik dalam hal keramahan dan pelayanan. Selain itu, ia mempunyai kekuatan untuk meningkatkan dan meningkatkan reputasi institusi.¹⁰³

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan saat membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkan teori tersebut dikemukakan oleh Kotler. Tentunya setiap pelanggan memiliki tingkat atau standar kepuasan

¹⁰² Fahmi, *HRD Syariah - Teori Dan Implementasi*.

¹⁰³ Febrianti et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang”

masing-masing.¹⁰⁴ Kepuasan pelanggan adalah seberapa puas seseorang terhadap suatu produk atau layanan setelah membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.¹⁰⁵

Pelanggan atau *customer* akan merasa puas apabila pelanggan tersebut mendapatkan perhatian dan mendapatkan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.¹⁰⁶

Kinerja karyawan menjadi salah satu penilaian pelanggan, sehingga kinerja karyawan menjadi salah satu penentu tingkat kepuasan mereka. Semakin baik, semakin maksimal kinerja dari karyawan maka peluang kepuasan pelanggan semakin besar.¹⁰⁷

d. Indikator Penilaian Kinerja

Islam menilai bahwa kinerja religius seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek yang sangat diperhatikan adalah niat bekerja yang harus diniatkan tulus kepada Allah. Selain itu seorang muslim hendaklah menerapkan kaidah/norma

¹⁰⁴ Ratnasari, Burhanuddin, and Triwiyanto, "Hubungan Kinerja Pelayanan Tenaga Administrasi Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan."

¹⁰⁵ Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.

¹⁰⁶ Malang, "Nursing News Volume 2, Nomor 2, 2017."

¹⁰⁷ S. Pantja Djati and Didit Darmawan, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kesetiaan Pelanggan."

syariah secara keseluruhan dalam melaksanakan pekerjaan.¹⁰⁸

Pendapat lain mengatakan bahwa prinsip pada penilaian kinerja syariah adalah merencanakan, memantau, serta mengevaluasi, kompetensi syariah para karyawan. Kompetensi syariah tentunya perlu dikembangkan karena sejalan dengan tujuan perusahaan yang di dalamnya terdapat bisnis dan kemadlorotan.¹⁰⁹

Evaluasi kinerja dilakukan terhadap karyawan baru segera setelah mereka dipekerjakan. Menurut Hasibuan, penilaian kinerja adalah proses penilaian hasil kerja sebenarnya dengan menggunakan standar kualitas atau kuantitas yang dihasilkan oleh setiap pegawai, sedangkan Manajer menilai kinerja pegawai untuk mengetahui seberapa baik pegawai tersebut bekerja. Dari penilaian tersebut, manajer dapat menentukan kebijakan selanjutnya, seperti promosi, kenaikan gaji, atau pelatihan.¹¹⁰

¹⁰⁸ Hadi, Yogi Dwi Anugrahadi, “Mengetahui Pengaruh Kinerja Islam Terhadap Motivasi Islam, Komitmen Islam, Dan Pelatihan Islam Pada Karyawan PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Jakarta.”

¹⁰⁹ Fahmi, *HRD Syariah - Teori Dan Implementasi*.

¹¹⁰ Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Hal. 87

Perilaku yang dipertimbangkan adalah evaluasi terhadap kerja sama, dedikasi, loyalitas, dan partisipasi basis karyawan. Istilah perilaku, penilaian karyawan, penilaian kinerja, evaluasi karyawan, tinjauan personel, penilaian layanan, dan/atau penilaian perilaku identik dengan penilaian kinerja.¹¹¹ Penilaian prestasi kerja yang Hasibuan sebutkan sebelumnya dapat dipahami sebagai penjelasan tentang perilaku yang mencakup seluruh aspek yang relevan seperti kerjasama, kejujuran, kepemimpinan, loyalitas, dedikasi, dan partisipasi karyawan.

Mengartikan Penilaian kinerja sebagai cara untuk mengetahui seberapa baik individu tersebut bekerja dan memberikan kontribusi kepada organisasinya.¹¹²

Berdasarkan beberapa interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa penilaian kinerja diartikan sebagai proses penilaian yang mempertimbangkan kolaborasi, kejujuran, kepemimpinan, loyalitas, pengabdian, dan keterlibatan dalam kaitannya

¹¹¹ Hasibuan.Hal. 87

¹¹² Bernadin, H. John dan joyce, *Human Resource Management, An Experimental Aproach*. Hal. 378

dengan peran keseluruhan setiap karyawan dalam bisnis.

Sedangkan Triton PB mengartikan evaluasi kinerja yang sukses adalah evaluasi yang benar-benar menekankan dan memperhatikan kriteria pengukuran kinerja yang memenuhi objektivitas. Ada tiga prasyarat yang harus dipenuhi untuk menciptakan kriteria penilaian kinerja yang obyektif untuk kriteria ini, yaitu sebagai berikut: signifikansi, yang menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap tujuan kinerja dan kriteria tersebut diperlukan. Keandalan adalah kualitas konsistensi dalam standar yang diterapkan pada evaluasi kinerja. Proses evaluasi kinerja menjunjung tinggi pentingnya ketidakberpihakan. Penting untuk memperhatikan prosedur penilaian kinerja.¹¹³

Menurut Dessler penilaian kinerja terdapat lima faktor yang populer¹¹⁴, yaitu:

1) Kualitas Pekerjaan

Meliputi akurasi, ketelitian, keterampilan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

¹¹³ PB, *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia (Kunci Sukses Meningkatkan Kinerja, Produktivitas, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja)*.

¹¹⁴ Dessler, *Human Resource Management*.

2) Kuantitas Pekerjaan

Meliputi volume keluaran dan kontribusi karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

3) Kepemimpinan (supervise) yang diperlukan

Penilaian terhadap hasil pekerjaan karyawan yang telah dikerjakannya; misalnya melalui hasil penilaian kinerja karyawan tersebut membutuhkan saran, arahan, atau perbaikan agar kinerja berikutnya membuahkan hasil yang optimal.

4) Kehadiran

Meliputi hal-hal yang terkait dengan kedisiplinan karyawan yaitu kehadiran, sanksi, regulasi, dan ketepatan waktu dalam bekerja.

5) Konservasi

Penilaian kinerja didasarkan atas faktor perlindungan yang meliputi pencegahan dan pemeliharaan.

Pendapat lain mengatakan hal indikator penilaian kinerja ini, berikut beberapa penilaian kinerja,¹¹⁵ yakni kuantitas kerja, pengetahuan kerja,

¹¹⁵ Swason, *Analysis for Improving Performance*. Hal. 60

dapat diandalkan, kemampuan beradaptasi, inisiatif, problem solving, kehadiran, kooperatif.

Indikator penilaian kinerja menurut Swanson hampir sama dengan komponen data kinerja menurut Umar ¹¹⁶ , adalah : kualitas pekerjaan, kejujuran pegawai, inisiatif, kehadiran, sikap, kerja sama, keandalan, pengetahuan tentang pekerjaan, tanggung jawab, dan pemanfaatan waktu.

Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang menjelaskan hubungan kinerja dengan kepuasan. Penelitian pertama berjudul Hubungan Kinerja Perawat Dengan Kepuasan Pasien Ruang Rawat Inap Di Rumah Sakit Panti Waluya Malang pada jurnal Nursing News. Penelitian yang dilaksanakan oleh Tina Krisnawati, Ngesti W. Utami, Dan Lasri tepat pada tahun 2017.¹¹⁷ Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu kinerja perawat (X) dan kepuasan pasien (Y). Ada hubungan tingkat yang signifikan antara kinerja perawat dengan kepuasan pasien ruang rawat inap di rumah sakit panti waluya malang, dengan nilai *p-value* 0,029 dan $r = 0,355$ yang menunjukkan adanya korelasi searah (positif) dengan tingkat korelasi yang lemah.

¹¹⁶ Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Hal. 102

¹¹⁷ Malang, "Nursing News Volume 2, Nomor 2, 2017."

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Muh Anwar Hafid pada jurnal Kesehatan. Penelitian dengan judul Hubungan Kinerja Perawat Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Pengguna Yankestis Dalam Pelayanan Keperawatan Di Rsud Syech Yusuf Kab.Gowa ditulis pada tahun 2014 dengan dua variabel.¹¹⁸ Variabel dari penelitian adalah kinerja perawat (X) dan kepuasan pasien (Y) dengan hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja perawat terhadap tingkat kepuasan pasien pengguna yankestis dalam pelayanan keperawatan di Rsud Syech Yusuf Kabu-Paten Gowa (P = 0,008).

Judul penelitian selanjutnya adalah Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan chatimefocal Point Medan ditulis pada 2019.¹¹⁹ Penelitian yang dilaksanakan oleh Dwi Nursiti dan Deno Fedrick pada jurnal Pshychomutiara. Variabel-variabel pada penelitian ini adalah kinerja (X), kepuasan (Y), dan loyalitas (Z). Hasil dari penelitian ini adalah R square sebesar 0,750 berarti 75,0 % variansi kinerja karyawan yang

¹¹⁸ Hafid, "Hubungan Kinerja Perawat Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Pengguna Yankestis Dalam Pelayanan Keperawatan Di RSUD Syech Yusuf Kabupaten Gowa. Jurnal Kesehatan Volume VII No.2 Le."

¹¹⁹ Nursiti and Fedrick, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Chatime Focal Point Medan."

dimiliki Chatime Focal Point Medan mempengaruhi kepuasan pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Berikutnya adalah penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota Pada PT. BPR Artha Adyamurthi Di Kediri Tabanan ditulis pada tahun 2018.¹²⁰ Penelitian ini ditulis oleh I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi pada jurnal Satyagraha. Variabel pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), kinerja karyawan (X_2), kepuasan anggota (Y). Penelitian ini menemukan adanya hubungan antara kualitas pelayanan, kinerja karyawan, dan kepuasan anggota. Hubungan tersebut bersifat positif, yang berarti peningkatan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan akan meningkatkan kepuasan anggota.

Selanjutnya adalah penelitian yang berjudul Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota: Studi Kasus Di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang yang ditulis pada tahun 2019.¹²¹ Penelitian yang ditulis oleh Irham Maulana, Faisal,

¹²⁰ Setiawan Jodi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota Pada PT. BPR Artha Adyamurthi Di Kediri Tabanan."

¹²¹ Maulana et al., "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang."

dan Sukarna pada Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam memiliki dua variabel yaitu kinerja karyawan (X) dan kepuasan anggota (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan kinerja karyawan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan anggota di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang. Sekitar 53,4% kepuasan anggota dipengaruhi oleh kinerja karyawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dengan judul Pengaruh Kinerja Karyawan, Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen ditulis oleh Agus Dwi Cahya, dkk. Penelitian pada Jurnal of Management ini memiliki tiga variabel yaitu kinerja karyawan, keputusan pembelian, dan kepuasan. Hasil pada penelitian ini menyebutkan bahwa kinerja karyawan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, baik secara positif maupun negatif. Sebaliknya, keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif.¹²²

¹²² Dwi Cahya, Julita Sari, and Andar Feryanta, "Pengaruh Kinerja Karyawan, Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen."

Dari penjelasan di atas dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₂ : Kinerja Karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah

4. Anggota

Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 11 tahun 2017 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi dengan nomor surat 11/PER/M.KUKM/XII/2017 menjelaskan pengertian anggota dan calon anggota.

Pada Bab I pasal 1 nomor 15 tentang ketentuan umum koperasi menyebutkan pengertian anggota yaitu *“Anggota Koperasi yang selanjutnya disebut Anggota adalah pemilik sekaligus pengguna jasa Koperasi dan tercatat dalam buku daftar anggota.”*

Pada Bab I pasal 1 nomor 16 tentang ketentuan umum juga menyebutkan tentang definisi calon anggota yaitu *“Calon Anggota adalah orang perorangan/Koperasi yang telah melunasi pembayaran simpanan pokok kepada koperasinya, tetapi secara formal belum sepenuhnya melengkapi persyaratan administratif, antara lain belum menandatangani buku daftar anggota.”*

Simpanan pokok dan simpanan wajib adalah dua jenis simpanan yang wajib dibayarkan oleh setiap anggota koperasi. Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh anggota baru dan tidak dapat diambil selama masih menjadi anggota. Simpanan wajib adalah sejumlah uang dengan jumlah yang tidak harus sama dan dibayarkan pada waktu dan kesempatan tertentu. Simpanan wajib juga tidak dapat diambil selama masih menjadi anggota.

5. Teori Perilaku Konsumen

Sesuai kemampuannya, konsumen selalu ingin memaksimalkan tingkat kenikmatannya. Pelanggan tidak pernah berperilaku tidak rasional. Kelompok pakar pertama yang menciptakan teori perilaku konsumen adalah ekonom klasik seperti Adam Smith. Adam Smith menyatakan bahwa setiap individu pelanggan mengambil keputusan pembelian berdasarkan perhitungan ekonomi yang logis dalam upaya memuaskan dirinya. Oleh karena itu, perilaku konsumen tidak hanya mencakup apa yang pelanggan pilih untuk dibeli, namun juga di mana, berapa banyak, seberapa sering, dan dalam keadaan apa mereka melakukannya.¹²³

Teori ini menyoroti bahwa memahami perilaku pembeli memerlukan pemahaman tentang interpretasi dan isu-isu yang

¹²³ T. Hani Handoko Basu Swasta Dharmaneta, *Manajemen Pemasaran AnaBasu Swasta Dharmaneta.s Perilaku Konsumen*, n.d. Hal. 28

berkaitan dengan proses pembelajaran konsumen. Teori belajar memuat beberapa pilihan, antara lain:

- a) Teori Stimulus Respon: Menurut teori ini belajar yaitu suatu tanggapan dari seseorang terhadap suatu rangsangan yang dihadapinya. Rangsangan tersebut diulang-ulang sampai menmampu tanggapan yang sama dan benar secara terus-menerus dan akhirnya timbul suatu kebiasaan dalam perilaku tersebut;
- b) Teori Kognitif: Dalam teori ini proses ini dipengaruhi oleh faktorfaktor seperti sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu serta kesadaran untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan suatu tujuan. Para ahli teori lebih menekankan pada proses pemikiran seseorang karena sangat menentukan dalam membentuk pola perilakunya;
- c) Teori Gesalt and Field: Teori ini memandang proses belajar dan perilaku secara keseluruhan. Teori Gesalt dikembangkan dari percobaan-percobaan yang membuktikan bahwa rangsangan individual diterima dan diartikan berdasarkan pengalaman masa lalu. Proses pengamatan dan pengalaman masa lampau dan pengerahan tujuan yaitu variabel yang menentukan sikap perilaku dan juga diasumsikan bahwa orang-orang berperilaku karena mempunyai tujuan. Teori Field mengemukakan bahwa perilaku

secara umum yaitu hasil dari interaksi yang nampak antara individu dan lingkungan psikologis. Penekanan teori ini yaitu pentingnya interaksi manusia dengan ruang lingkungannya ataupun lebih khususnya dengan lingkungan psikologis yang mampu mempengaruhi perilaku psikologis dalam memuaskan kebutuhannya;

- d) Teori Psikoanalisis: Teori ini didasarkan pada psikoanalisis dari Sigmund Freud. Bahwa menurut teori ini perilaku manusia dipengaruhi oleh adanya motif tersembunyi;
- e) Teori Sosiologis: Teori sosiologi, terkadang dikenal sebagai psikologi sosial, adalah cabang psikologi yang berfokus pada hubungan dan interaksi antara orang-orang yang memanfaatkan produk untuk memaksimalkan utilitas berdasarkan preferensi dan harga barang yang terjangkau. Bagi Jeremy Bentham, manusia adalah makhluk bijaksana yang mempertimbangkan manfaat dan kerugian dari setiap tindakan yang mereka ambil. Alfred Marshall menyempurnakan gagasan ini, yang saat ini disebut sebagai gagasan Kepuasan Modern. Pengertian ini menyatakan bahwa setiap pelanggan akan mengincar tingkat kepuasan yang setinggi-tingginya. Pembelian produk jangka panjang

dilakukan oleh pelanggan yang puas dan menginginkan lebih banyak produk yang sama atau yang dikonsumsi sebelumnya.

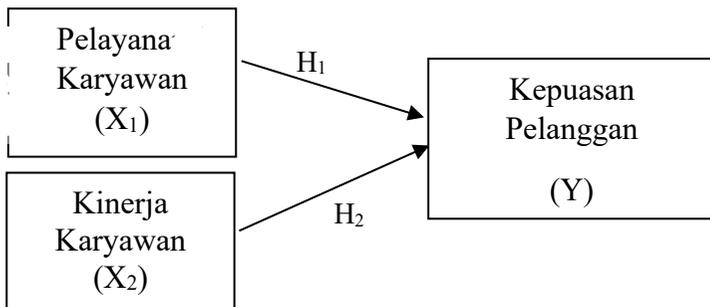
- f) Teori Psikologis: Landasan teori psikologi ini adalah komponen psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh variabel eksternal. Teori ini secara teori menerapkan teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Oleh karena itu, organisasi diberi prioritas daripada individu di sini. Keanggotaan dan kecenderungan seseorang terhadap organisasi masyarakat tertentu mempengaruhi perilakunya. Analisis perilaku diarahkan oleh teori psikologi pada kelompok, rekan kerja, klub olahraga, dan aktivitas lainnya. Modifikasi harus mampu memprediksi tindakan pembeli dari berbagai demografi, termasuk kelas sosial ekonomi, subkultur, dan budaya. Akibatnya, kita dapat memahami perilaku pelanggan dengan meneliti elemen-elemen ini.

Faktor-faktor tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk sikap dan juga yaitu petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh konsumen.

B. Kerangka Berpikir

Kualitas layanan dan kinerja karyawan yang diberikan merupakan dua komponen penting dari kepuasan anggota. Meskipun

tidak semua anggota akan senang karena layanan yang mereka terima yang memenuhi harapan mereka, kinerja personel dalam suatu organisasi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Sulit bagi suatu perusahaan untuk memuaskan anggotanya meskipun perusahaan tersebut menawarkan layanan yang baik dalam bentuk peraturan dan kebijakan yang membuat transaksi menjadi lebih nyaman, apalagi jika tidak didukung oleh kinerja orang-orang yang melaksanakannya. Kualitas layanan yang didukung oleh kinerja pegawai akan membuat anggota merasa puas. Pengaruh antar variabel mampu digambarkan sebagai berikut :



C. Hipotesis Penelitian

H₁ : Pelayanan Karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota BMT DRI Muallamat Jawa Tengah

H₂ : Kinerja Karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muallamat Jawa Tengah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu keadaan sebenarnya dimana suatu fenomena timbul dan menjadi pokok bahasan yang diminati.¹²⁴ Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menguji teori yang digunakan dengan meneliti variabel-variabel yang diukur dengan instrumen penelitian dengan hasil data yang dihasilkan nantinya berupa angka. Kemudian angka yang diperoleh dinalisis lebih lanjut dalam analisis data sesuai prosedur statistik. Penelitian ini menganalisis pengaruh pelayanan dan kinerja karyawan sebagai variabel bebas (independent) terhadap kepuasan anggota sebagai variabel terikat (dependent).

B. Jenis dan Sumber data

1. Jenis Data

Data primer digunakan dalam penelitian ini. Data primer diartikan sebagai informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, baik dari orang maupun sekelompok orang. Contoh

¹²⁴ Nurul Hidayat, Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota Di BMT (Study Kasus Di BMT Robbani Kaliwungu) (Semarang: LAIN Walisongo, 2007).

informasi jenis ini mencakup jawaban kuesioner atau hasil wawancara, yang sering kali diisi oleh peneliti.¹²⁵

2. Sumber data

Terdapat dua jenis sumber data berdasarkan sumbernya, keduanya yaitu data primer dan data sekunder.¹²⁶ Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama dengan cara wawancara atau kuisisioner.¹²⁷ Sedangkan informasi yang bersumber tidak langsung berhubungan dengan masalah yang menjadi inti atau pokok pembahasan dalam suatu penelitian disebut data sekunder.¹²⁸ Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer didapatkan dari kuisisioner yang diperoleh langsung dari anggota KSPPS BMT DRI Muamalat tahun 2021.

C. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa Teknik atau metode dalam proses pengumpulan data. Teknik-teknik tersebut adalah kuisisioner, wawancara, observasi, dokumentasi. Suatu alat untuk mengumpulkan data berisi daftar pertanyaan yang tertulis guna mendapatkan keterangan dari responden disebut kuisisioner.¹²⁹ Teknik pengumpulan data sebagai studi pendahuluan sehingga mampu

¹²⁵ Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*.

¹²⁶ Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

¹²⁷ Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, Dan Ilmu Sosial Lainnya)*.

¹²⁸ Nasution, *Metode Research*.

¹²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*.

diketahui hal-hal yang diteliti dari responden.¹³⁰ Observasi adalah proses pengumpulan informasi melalui penelitian langsung, khususnya mengenai keadaan sekitar objek penelitian, untuk membantu penyelidikan lebih lanjut yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang keadaan objek saat ini.¹³¹

Penelitian kali ini menggunakan teknik kuisisioner. Kuisisioner atau angket ini menggunakan sistem pernyataan atau pertanyaan tertutup. Skala likert 5 poin adalah instrument pengukur variabel yang digunakan pada ketentuan yang ada dalam kuisisioner yang diberikan kepada anggota KSPPS BMT DRI Muamalat. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternative sebagai berikut:

Pernyataan	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

¹³⁰ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

¹³¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu kategori luas yang terdiri dari unsur-unsur atau partisipan dengan atribut dan jumlah tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa dan dari situlah kesimpulan dibuat.¹³² Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Kabupaten Tegal berjumlah 1.195 orang pertahun 2021.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara menyeluruh dan perlu mencerminkan karakteristik populasi secara akurat.¹³³ Probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan pengambilan sampel probabilitas, setiap individu atau komponen populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dikumpulkan dengan menggunakan rumus Slovin, dengan perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1195}{1 + 1195(0,1)^2}$$

¹³²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D..* HaI.

¹³³ Nasution, *Metode Research.*

$$n = \frac{1195}{12,95}$$

$$n = 92,2 \text{ dibulatkan } 92$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = populasi (sebanyak 1.195 anggota KSPPS BMT DRI Muamalat tahun 2021)

e = jumlah kesalahan yang ditoleransi. (0,1)

Jadi, dari penelitian diatas peneliti menggunakan sampel sebanyak 92 anggota KSPPS BMT DRI Muamalat.

Teknik sampling incidental adalah teknik yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling insidental yaitu penentuan Teknik sampel berdasarkan kebetulan, jadi siapa saja anggota KSPPS BMT DRI Muamalat tahun 2021 yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data dapat digunakan sebagai sampel.¹³⁴

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan mengkarakterisasi apa yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa menarik kesimpulan yang dapat

¹³⁴ Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*.

dipercaya tentang hasil maksimal atau generalisasi. Kualitas responden digambarkan dengan statistik deskriptif dalam hal ini mengenai Pengaruh Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat.

2. Uji Keabsahan Data dan Uji Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian disebut instrumen penelitian. Untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian tepat dan dapat dipahami, perangkat harus diuji. Uji validitas dan reliabilitas digunakan dalam pengujian instrumen. Hal ini dimaksudkan agar data yang dikumpulkan kurang lebih mencerminkan situasi yang ada.

1) Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah mengukur valid atau tidaknya item pertanyaan.¹³⁵ Apabila suatu instrumen dapat diandalkan untuk memberikan data mengenai variabel-variabel yang diteliti dan mengukur apa yang dicari, maka instrumen tersebut dianggap valid. Validitas internal yang diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara unsur-unsur komponen instrumen secara keseluruhan merupakan validitas yang digunakan dalam penelitian ini.¹³⁶

¹³⁵ Haryadi Sarjono, Winda Julianita, SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, Aplikasi untuk Riset, Jakarta: salemba empat, 2011 hlm 35

¹³⁶ Suharsimi Arikunto Ibid., hlm. 171

Untuk mengetahui validitas instrumen, penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi product moment Pearson. Ketentuan tersebut adalah:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item soal

N = Jumlah subjek

X = Skor suatu butir/item

Y = Skor total¹³⁷

Validitas data diukur dengan ketentuan:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak valid

Jika pada taraf signifikansi (α) = 5%, r_{xy} setiap item melebihi r_{tabel} , maka item pertanyaan tersebut dianggap sah. Perhitungan validitas penelitian ini akan diuji dengan IBM SPSS Statistics 25.

2) Uji Reliabilitas

¹³⁷ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*.

Apabila instrumennya bagus, reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut cukup andal untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.¹³⁸ Sejauh mana suatu instrumen dapat menghasilkan temuan ditunjukkan oleh keandalannya. Pengukuran yang dilakukan terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama dalam berbagai kesempatan disebut pengukuran konsisten. Data yang digunakan untuk uji reliabilitas ini hanyalah data yang dianggap sah. Metode Croanbach's Alpha > 0,70 digunakan untuk menilai ketergantungan.¹³⁹ Teknik tersebut adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyak soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians total

¹³⁸ Suharsimi Arikunto, hlm. 178

¹³⁹ Arikunto, "Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek."

Jika nilai Croanbach Alpha suatu variabel lebih besar dari 0,70 maka dianggap dapat diandalkan. IBM SPSS Statistics 25 digunakan untuk menilai perhitungan keandalan instrumen.

3) Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan ada atau tidaknya perbedaan temuan analisis. Uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas merupakan contoh uji asumsi klasik.

a) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas, variabel terikat, dan keduanya mempunyai distribusi normal dalam model regresi. Distribusi data yang normal atau hampir normal menjadi ciri model regresi yang efektif. Sedangkan sebaran data statistik pada sumbu diagonal grafik sebaran normal dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu data normal atau mendekati normal.¹⁴⁰

b) Uji Skewness dan Kurtosis

Perbedaan mean, median, dan mode menunjukkan kemiringan suatu kurva. Simetri

¹⁴⁰Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. HaI.

data dikatakan berdistribusi normal jika ketiga pengukuran konsentrasi data berada pada titik yang sama. Jika tidak simetris dan tidak terdistribusi teratur.

Sedangkan kurtosis atau keruncingan adalah tingkat kepuncakan dari sebuah distribusi yang biasanya diambil secara relative terhadap suatu distribusi normal.

Uji normalitas dengan skewness dan kurtosis mensyaratkan data tersebut normal jika nilai rasio skewness dan kurtosis berada di antara -2 sampai 2. Sebaliknya dikatakan tidak normal jika nilai rasio skewness dan kurtosis berada di luar -2 sampai 2.

c) Analisis Grafik

Plot probabilitas normal yang membedakan distribusi kumulatif dengan distribusi normal menunjukkan bahwa temuan data normal dan dapat dilihat dari grafik histogram. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang diplot (titik) yang mewakili data sebenarnya mengikuti garis dialog, menunjukkan apakah sisa model regresi variabel pengganggu berdistribusi normal.

d) Uji Multikolinieritas

Penggunaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bergantung pada selesainya uji multikolinearitas. Dengan menguji derajat interkorelasi antar variabel independen maka dilakukan uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas antar variabel independen. Masalah multikolinearitas tidak boleh ada agar model regresi dianggap efektif.

e) Uji Nilai VIF (Variance Infracation Factor)

Untuk memastikan ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan mewaspadaai nilai toleransi dan *variance infraction factor* (VIF). Semakin besar nilai VIF dan semakin kecil nilai Tolerance maka mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Jika Tolerane lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

f) Uji Matriks Korelasi (Covariance Matrix) menggunakan *Pearson Corelation*.

Korelasi Pearson digunakan dalam uji Matriks Korelasi (Covariance Matrix) ini. Koefisien korelasi antar variabel independen dalam pengujian yang menggunakan model regresi sebagai acuan harus kurang dari 0,05.

Multikolinearitas muncul ketika korelasinya lebih besar dari 0,05.

g) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas.

h) Uji Grafik Scatterplots

Uji grafik scatterplots dapat digunakan untuk mengidentifikasi secara visual ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Jika titik-titik tersebut menunjukkan distribusi yang ambigu di atas atau di bawah titik nol pada sumbu Y, maka heteroskedastisitas tidak menjadi masalah.

i) Uji Glejser

Meregresi variabel independen pada nilai absolut residunya adalah cara uji Glejser dilakukan. Heteroskedastisitas terjadi bila signifikansinya kurang dari 0,05; hal ini tidak terjadi jika signifikansinya lebih dari 0,05.

3. Analisis data

Teknik analisis yaitu penelaahan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber misal kuesioner, wawancara, pengamatan, dokumen, gambar dan sebagainya dengan bantuan SPSS. Sedangkan analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis, data harus dianalisis melalui banyak tahap dengan menggunakan informasi kuantitatif yang dikumpulkan dari survei yang telah diselesaikan. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji dampak faktor kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota. Adapun rumus regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = kepuasan anggota

a = konstanta

b_1 = koefisien variabel faktor pelayanan

karyawan

b_2 = koefisien variabel faktor kinerja karyawan

X_1 = pelayanan karyawan

X_2 = kinerja karyawan

a) Uji R^2 (Uji Kelayakan Model)

Sejauh mana variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh model ditunjukkan

oleh koefisien ini. Saat menerapkan garis regresi pada sekumpulan data observasi untuk menghitung besarnya proporsi (%) atau varians perubahan variabel dependen, uji R² digunakan untuk menilai kesesuaian atau kebenaran garis regresi. Nilai R² berkisar antara 0-1 semakin besar nilai R² (mendekati 1) berarti semakin cocok suatu garis regresi dan sedemikian besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁴¹

b) Uji F (Pengaruh Simultan)

Kegunaan uji F menguji variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat secara simultan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} .

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c) Uji t (Uji Parsial)

¹⁴¹ Ghazali.

Tujuan dari uji t yaitu untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara positif terhadap variabel terikat secara parsial serta penerimaan atau penolakan hipotesis.

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

F. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini terdiri tiga variabel yaitu variabel independen adalah pelayanan (X_1) dan kinerja (X_2) pegawai serta variabel dependen adalah kepuasan anggota (Y).

Adapun definisi setiap variabel yaitu, pelayanan (X_1) merupakan tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak atau pihak lain dalam hal ini pihak perusahaan dan mitra atau konsumen.¹⁴² Kinerja (X_2), disebut juga prestasi, adalah ringkasan hasil yang dicapai dari tugas atau aktivitas tertentu selama jangka waktu tertentu.¹⁴³ Kepuasan (Y) perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

¹⁴² Lovelock and Wright, *Principles of Service Marketing and Management*.

¹⁴³ Bernadin, H. John dan Joyce, *Human Resource Management, An Experimental Approach*.

membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.¹⁴⁴

2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Pelayanan pegawai (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ruang kantor nyaman 2) Ruang kantor bersih. 3) Karyawan melayani sesuai yang dijanjikan perusahaan 4) Jenis layanan produk sesuai yang ditawarkan. 5) Karyawan cekatan. 6) Karyawan bersedia membantu tanpa diminta anggota. 7) Karyawan menguasai produk dan informasi yang terkait dengan layanan. 	Skala likert: Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Netral = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1
Kinerja pegawai (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Karyawan bekerja dengan disiplin tinggi. 2) Karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab. 3) Karyawan selalu tepat waktu dan cepat. 	Skala likert: Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Netral = 3 Tidak Setuju = 2

¹⁴⁴ Rangkuti, *FMeasuring Customer Satisfaction*.

	<p>4) Karyawan melayani dengan sopan.</p> <p>5) Karyawan berupaya berhubungan baik dengan pelanggan.</p> <p>6) Karyawan tanggap dalam menggapai kebutuhan anggota.</p> <p>7) Karyawan berpenampilan menarik.</p>	Sangat Tidak Setuju = 1
Kepuasan (Y)	<p>1) Puas dengan pelayanan karyawan karena sesuai dengan yang dijanjikan.</p> <p>2) Puas dengan produk karena sesuai yang dijanjikan.</p> <p>3) Puas dengan produk dan pelayanan karyawan karena karyawan melayani dengan ramah.</p> <p>4) Puas dengan pelayanan karyawan karena memberikan perhatian khusus kepada setiap anggota.</p>	Skala likert: Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Netral = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1

	<p>5) Puas dengan produk dan pelayanan karena tanggap dalam menangani kebutuhan anggota.</p> <p>6) Puas dengan pelayanan karena menyediakan produk yang diinginkan tepat waktu dan cepat.</p> <p>7) Puas dengan produk pelayanan karena bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan anggota.</p>	
--	---	--

G. Estimasi Nilai Parameter Koefisien

1. Estimasi Intersep (Konstanta)

Estimasi intersep (konstanta) dalam penelitian ini dilambangkan dengan α . Adapun penafsirannya adalah α sama dengan nilai potensi dasar yang dimiliki sebelum ada X1 (faktor pelayanan karyawan) dan X2 (faktor kinerja karyawan).

2. Estimasi Parameter

Setelah selesai penjelasan uji t dilanjutkan penafsiran atas besaran nilai koefisien atas masing-masing variabel X maupun Y (dalam bentuk intersep).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian

1. Pengertian *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

Baitul Maal wa Tamwil atau baitul maal wa baitul tanwil merupakan bentuk lain dari akronim BMT. Secara harfiah baitul tamwil berarti rumah usaha dan baitul maal berarti rumah dana (lughowi). dimana peran Baitul Maal adalah menghimpun dan menyebarkan dana sosial. Sedangkan Baitul Tamwil merupakan perusahaan yang didirikan untuk mencari keuntungan finansial.¹⁴⁵

BMT merupakan lembaga sosial yang memiliki peran penting dalam pembangunan masyarakat. BMT perlu didukung agar dapat berperan secara profesional dan berkembang menjadi LAZ yang mapan. Hal ini akan menjadikan BMT sebagai lembaga yang lebih efektif dan efisien dalam mengumpulkan dan mendistribusikan dana sosial..¹⁴⁶

Berdasarkan pada pasal 33 UUD 1945, koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang berbasiskan perekonomian kerakyatan yang dipandang paling sesuai dengan ciri-ciri negara Indonesia atau menjadi tumpuan perekonomian negara. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian telah menciptakan dan mengaturnya pada tingkat pelaksanaan.

¹⁴⁵ Ridwan, *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*.

¹⁴⁶ Ridwan.

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 9 Tahun 1995, Surat Keputusan Menteri Koperasi dan PKM Nomor 194/KEP/M/IX/1998, dan Keputusan Menteri Koperasi dan PKM No. 351/KEP/M/XII/1998 merupakan pengembangan dari peraturan sebelumnya yang mengatur tentang penyelenggaraan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.

Aturan terbaru dari Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 2/PER/M.KUKM/II/2017 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 15/PER/M.KUKM/ IX/2015 tentang Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi serta peraturan terkait lainnya.

BMT adalah lembaga keuangan mikro yang fokus pada masyarakat kurang mampu dan pemilik usaha mikro. BMT memiliki peran penting dalam masyarakat, yaitu sebagai berikut:¹⁴⁷

- a. Motor penggerak ekonomi. BMT menyediakan layanan keuangan dan sosial yang terjangkau untuk masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- b. Penegak ekonomi syariah. BMT menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan

¹⁴⁷ M Nadzaratuzaman H, Hasan Ali HM, *Materi Dakwah Ekonomi Syariah*.

usahanya, sehingga dapat mewujudkan keadilan dan kesetaraan bagi semua masyarakat.

- c. Perantara sosial. BMT menjembatani kesenjangan ekonomi antara kaum kaya dan kaum miskin.
- d. Penyebar pendidikan informal. BMT memberikan edukasi tentang ekonomi dan sosial kepada masyarakat, sehingga dapat mewujudkan prinsip hidup yang barokah, ahsanu amala dan salaam.

BMT berperan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai cara, yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas SDM, sehingga masyarakat memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk meningkatkan usahanya.
- b. Menciptakan lapangan kerja, sehingga masyarakat dapat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- c. Membantu mengembangkan usaha, sehingga masyarakat dapat meningkatkan pendapatannya.
- d. Memperkuat lembaga-lembaga ekonomi dan sosial, sehingga dapat berperan lebih optimal dalam pembangunan masyarakat.
- e. Mengatur dan mengelola dana, sehingga dana masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal untuk kepentingan masyarakat.

Beberapa jenis produk BMT, diantaranya yakni sebagai berikut:

- a. Jenis produk simpanan dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah (Bagi Hasil) adalah produk simpanan yang memberikan bagi hasil kepada nasabah berdasarkan hasil usaha yang dikelola oleh pengelola dana.
- b. Jenis produk simpanan dengan menggunakan akad Wadi'ah yad al dhamanah ataupun titipan tidak murni, yaitu pihak yang dititipi barang diberikan hak oleh si pemilik barang untuk memanfaatkan barang tersebut untuk memperoleh sejumlah keuntungan. Sebagai imbalannya si pemilik barang berhak mendapatkan keuntungan yang besar tidak diperjanjikan. Misalnya wadi'ah amanah zakat infaq dan shadaqah.
- c. Jenis Produk Pembiayaan yang menggunakan akad mudharabah (bagi hasil). Jenis Produk Pembiayaan yang menggunakan perjanjian musyarokah (bagi hasil) yaitu perjanjian kerjasama antara kedua belah pihak ataupun lebih untuk suatu usaha tertentu.
- d. Jenis Produk Pembiayaan dengan sistem Jual Beli misalnya pembiayaan Murabahah yaitu jual beli barang dengan pembayaran ditangguhkan.
- e. Jenis Produk Pembiayaan dengan sistem Jual Beli misalnya pembiayaan Salam yakni transaksi jual beli di

mana barang yang diperjual belikan belum kongkret. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, tetapi dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti sesuai perjanjian.

- f. Jenis Produk Pembiayaan dengan sistem Jual Beli misalnya pembiayaan *Istisna*. Dalam pembiayaan *istishna*, bank membeli barang yang dipesan oleh nasabah. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga yang lebih tinggi. Pembayarannya dapat dilakukan oleh nasabah secara bertahap. Pembiayaan *istishna* umumnya digunakan untuk pembiayaan manufaktur dan konstruksi.
- g. Jasa. BMT berperan sebagai lembaga yang menyalurkan dana dari masyarakat kepada yang membutuhkan, baik untuk keperluan keagamaan maupun non-keagamaan. BMT juga menyediakan berbagai produk jasa keuangan syariah lainnya, yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

2. Gambaran KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah

KSPPS BMT DRI (Dinar Rahmat Insani) Muamalat merupakan Baitul Maal wat Tamwil di bawah Kementerian

Koperasi dan UKM. KSPPS BMT DRI Muamalat memiliki misi “Menjadi Lembaga Keuangan Yang Kompetitif Dengan Transformasi Digital.”. Dalam pelaksanaannya KSPSS BMT DRI Muamalat diawasi oleh dasar hukum UU RI No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, Permen Koperasi RI No. 17 tahun 2015 tentang Pengawasan Koperasi, Permen Koperasi RI No. 11 tahun 2017 tahun 2017 tentang pelaksanaan kegiatan Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, Anggaran Dasar KSPSS BMT DRI Muamalat, dan keputusan RAT Tutup Buku tahun sebelumnya oleh Pengawas.

KSPPS BMT DRI Muamalat memiliki cabang-cabang di Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes. Namun dalam penelitian ini terfokus pada Kabupaten Tegal yang terbagi atas kantor pusat dan kantor cabang yaitu; Adiwerna, Cangkring, Tarub, Lebaksiu, Pagerbarang, Margasari, dan Dukuhturi.

Pada proses startegi penggalangan dana simpanan dan penyaluran pembiayaan, KSPPS BMT DRI Muamalat menggalakan beberapa produk, yaitu; pembiayaan sertifikasi guru, pembiayaan talangan porsi haji, pembiayaan talangan KUR, pembiayaan rahn, simpanan idul fitri, dan simpanan berhadiah.

Berikut adalah jumlah aset beberapa tahun terakhir:

No.	Tahun	Realisasi	RAPBK
1	2017	29.581.759.339	33.359.627.215

2	2018	37.026.522.239	33.983.525.127
3	2019	41.236.549.371	42.718.452.239
4	2020	50.284.480.180	50.075.143.689
5	2021	54.562.614.731	53.556.180.293

B. Deskripsi Responden

Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat terdapat 92 anggota sebagai responden penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik sampling insidental. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada 92 anggota KSPPS BMT DRI Muamalat tahun 2021 yang dilaksanakan sejak 19 September 2023 sampai 12 Oktober 2023. Responden terdiri atas beberapa katogeri yaitu jenis kelamin, usia, peekerjaan, dan pendidikan terakhir.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki dan Perempuan dari 92 orang total responden yang digambarkan pada table di bawah ini.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	15	16,31%

2	Perempuan	77	83,69%
Jumlah		92	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menjelaskan bahwan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 16,31% atau 15 orang, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 83,69% atau 77 orang. Artinya responden dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dari pada responden dengan jenis kelamin laki-laki.

2. Responden Berdasarkan Usia

Terbagi menjadi tiga kelompok usia dalam total responden sebanyak 92 orang.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-35 tahun	17	18,5%
2	36-50 tahun	53	57,5%
3	51-65 tahun	22	24%
Jumlah		92	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dari usia 20-35 tahun sebanyak 17 orang atau 18,5%, responden dari usia 36-50 tahun berjumlah 53 orang atau 57,5%, sedangkan responden dari usia 51-65 tahun berjumlah 22 orang

atau 24%. Artinya dari jumlah seluruh responden didominasi oleh responden berusia 36-50 tahun sebanyak 53 orang.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden terbagi ke dalam beberapa kelompok yaitu SD,SLTP,SLTA,S1,S2, dan S3.

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD	6	7,7%
2	SLTA	12	13,1%
3	SLTP	33	35,9%
4	S1	39	42,4%
5	S2	2	0,9%
Jumlah		92	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Berdasarkan table di atas menjelaskan bawah terdapat 6 responden dengan pendidikan terakhir SD atau sebanyak 7,7%, terdapat 12 responden dengan pendidikan terakhir SLTA atau sebanyak 13,1%, terdapat 33 responden dengan pendidikan terakhir SLTP atau sebanyak 35,9%, terdapat 39 responden dengan pendidikan terakhir S1 atau sebanyak 42,4%, dan terdapat 2 responden dengan pendidikan terakhir S2 atau sebanyak 0,9%. Artinya pendidikan terakhir responden didominasi oleh S1 sebanyak 39 responden dari total 92 responden.

4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden terbagi atas beberapa pekerjaan yaitu wiraswasta, pedagang, guru, ibu rumah tangga (IRT), dan lainnya.

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	Wiraswasta	18	19,6%
2	Pedagang	16	17,4%
3	Guru	31	33,7%
4	IRT	22	24%
5	Lainnya	5	5,3%
Jumlah		92	100%

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa terdapat 18 responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta atau sebanyak 19,6%, terdapat 16 responden dengan pekerjaan sebagai pedagang atau sebanyak 17,4%, terdapat 31 responden dengan pekerjaan sebagai guru atau sebanyak 33,7%, terdapat 22 orang responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga atau sebanyak 24%, dan terdapat 5 orang dengan pekerjaan yang bervariasi atau sebanyak 5,3%. Artinya dari seluruh responden sebanyak 92 responden didominasi oleh 31 responden dengan pekerjaan sebagai guru.

C. Uji Keabsahan Data dan Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Cara uji validitas adalah dengan membandingkan nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Jumlah responden dalam olah data ini adalah 92 responden dengan taraf *alpha* yakni 5% (N=92), maka dapat diketahui *r* tabel sebesar 0,205. Syarat kuesioner dikatakan valid dan bisa dipercaya untuk mengambil data penelitian jika *r* hitung >0,205. Sebaliknya jika *r* hitung <0,205 maka data dikatakan tidak valid. Adapun hasil analisis validitas disajikan dalam tabel berikut ini.

a. Variabel Pelayanan (X_1)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Indikator	Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Ruang kantor nyaman.	1	0.588	0,205	valid
Ruang kantor bersih.	2	0.635	0,205	valid
Karyawan melayani kualitas produk sesuai yang dijanjikan perusahaan.	3	0.781	0,205	valid
Jenis layanan produk sesuai yang ditawarkan.	4	0.707	0,205	valid
Karyawan ramah.	5	0.784	0,205	valid
Karyawan cekatan.	6	0.821	0,205	valid

Karyawan bersedia membantu tanpa diminta pelanggan.	7	0.804	0,205	valid
Karyawan menguasai produk dan informasi yang terkait dengan layanan.	8	0.792	0,205	valid

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Seluruh item pertanyaan diketahui valid berdasarkan temuan uji validitas variabel faktor pelayanan yang ditunjukkan dengan r_{hitung} lebih besar dari 0,205. Hasilnya, variabel layanan dapat melanjutkan ke pengujian selanjutnya.

b. Variabel Kinerja (X_2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja

Indikator	Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Karyawan bekerja dengan disiplin tinggi.	1	0.731	0,205	valid
Karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab.	2	0.779	0,205	valid
Karyawan selalu tepat waktu.	3	0.757	0,205	valid
Karyawan melayani dengan ramah.	4	0.732	0,205	valid
Karyawan melayani dengan sopan.	5	0.725	0,205	valid
Karyawan berupaya berhubungan baik dengan pelanggan.	6	0.682	0,205	valid

Karyawan tanggap dalamanggapi kebutuhan pelanggan.	7	0.739	0,205	valid
Karyawan berpenampilan menarik.	8	0.612	0,205	valid

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Seluruh item pertanyaan diketahui valid berdasarkan temuan uji validitas variabel faktor kinerja yang ditunjukkan dengan r_{hitung} lebih besar dari 0,205. Hasilnya, variabel layanan dapat melanjutkan ke pengujian selanjutnya.

c. Variabel Kepuasan (Y)

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Indikator	Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena sesuai dengan yang dijanjikan.	1	0.705	0,205	valid
Saya merasa bahwa produk sesuai dengan yang dijanjikan.	2	0.718	0,205	valid
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena ramah.	3	0.754	0,205	valid

Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan.	4	0.805	0,205	valid
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan.	5	0.770	0,205	valid
Saya merasa puas dengan pelayanan karena menyediakan produk yang diinginkan tepat waktu dan cepat.	6	0.729	0,205	valid
Saya merasa puas dengan pelayanan KSPPS BMT DRI Muamalat karena bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	7	0.715	0,205	valid

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Seluruh item pertanyaan diketahui valid berdasarkan temuan uji validitas variabel faktor kepuasan yang ditunjukkan dengan r_{hitung} lebih besar

dari 0,205. Hasilnya, variabel layanan dapat melanjutkan ke pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Derajat konsistensi alat ukur dalam mengukur peristiwa atau gejala disebut uji reliabilitas. Stabilitas alat pengukur meningkat seiring dengan keandalannya. IBM SPSS Statistics 25 digunakan untuk mengukur perangkat pengukuran ini. Kriteria pengambilan keputusan suatu instrumen dianggap dapat diandalkan jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih dari 0,70. Tabel berikut menampilkan hasil pengujian reliabilitas.

a. Variabel Pelayanan (X_1)

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	8

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* 0,882 atau 88,2% lebih besar dari 70% atau 0,7. Hal ini berarti butir soal reliabel dan dapat dijadikan alat ukur variabel faktor pelayanan.

b. Variabel Kinerja (X_2)

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	8

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* 0,866 atau 86,6% lebih besar dari 70% atau 0,7. Hal ini berarti butir soal reliabel dan dapat dijadikan alat ukur variabel faktor kinerja.

c. Variabel Kepuasan (Y)

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.863	7

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* 0,863 atau 86,3% lebih besar dari 70% atau 0,7. Hal ini berarti butir soal reliabel dan dapat dijadikan alat ukur variabel faktor kepuasan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menentukan sebaran data variabel yang dijadikan data penelitian merupakan tujuan dari uji normalitas data. Data yang disediakan secara rutin berguna dan sesuai untuk digunakan. Uji normalitas data menghasilkan temuan sebagai berikut

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Dengan Sekwness Dan Kurtosis

Descriptive Statistics									
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	92	-4.680	4.40466	.0000000	1.7999789	-.191	.251	.623	.498
Valid N (listwise)	92								

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Uji normalitas dengan *skewness* dan *kurtosis* mensyaratkan data tersebut normal jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada di antara -2 sampai 2. Sebaliknya dikatakan tidak normal jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada di luar -2 sampai 2. Pada tabel 4.17 diperoleh nilai rasio skewness -0,7609 artinya berada di antara -2 sampai 2, sedangkan rasio *kurtosis* 1,25 artinya berada di antara -2 sampai 2. Hal ini menandakan bahwa data variabel faktor pelayanan dan kinerja yang diuji berdistribusi normal.

Nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* didapatkan dari:

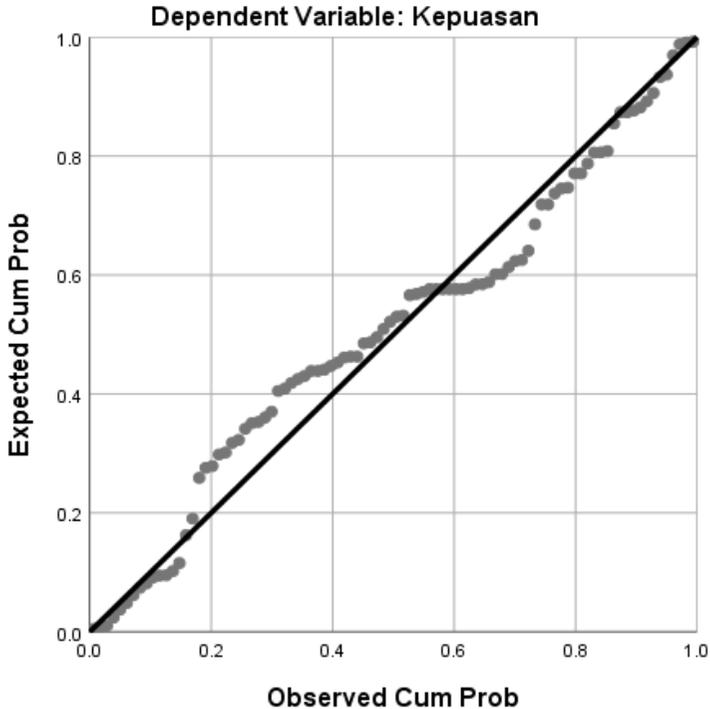
$$\text{Rasio skewness} \Rightarrow \text{nilai statistic} : \text{std deviation} = -0.191 : 0.251 = -0.7609$$

Rasio kurtosis => nilai statistic : std deviation = 0.623
: 0.498 = 1.25

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas dengan *normal probability plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Data yang diplot (titik) harus mengikuti garis diagonal untuk mewakili data sebenarnya agar lolos uji normalitas dengan menggunakan plot probabilitas normal. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika titik-titikny

tersebar jauh dari garis atau tidak mengikuti diagonalnya. Karena data atau titik-titik tersebut tersebar sepanjang garis diagonal dan mengikuti arahnya, maka Tabel 4.12 menunjukkan bahwa data tersebut tersebar secara teratur.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua atau lebih variabel bebas dalam suatu model regresi mempunyai hubungan linier sempurna, mendekati hubungan linier sempurna, atau tidak sama sekali. Model regresi yang layak tidak memiliki multikolinieritas, atau dengan kata lain, tidak ada hubungan antar variabel independen. Tabel berikut menampilkan hasil uji multikolinieritas data.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas dengan
Uji Nilai VIF (*Variance Infracrion Factor*)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.463	1.881		1.310	.194		
Pelayanan	.260	.072	.289	3.628	.000	.536	1.867
Kinerja	.527	.069	.612	7.684	.000	.536	1.867

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan uji nilai VIF (*Variance Infracation Factor*) ditampilkan pada tabel di atas. Jika yaitu jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka data dianggap bebas multikolinearitas. Hasil uji pada table di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pelayanan (X1) dan kinerja (X2) lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Artinya data terbebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Tabel 4.14
Multikolinieritas dengan Matriks Korelasi

Correlations				
		Pelayanan	Kinerja	Kepuasan
Pelayanan	Pearson Correlation	1	.681**	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	92	92	92
Kinerja	Pearson Correlation	.681**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	92	92	92
Kepuasan	Pearson Correlation	.705**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Hasil uji multikolinearitas menggunakan uji nilai matriks korelasi dengan korelasi Pearson ditampilkan pada tabel di atas. Agar data dianggap bebas multikolinearitas,

nilai koefisien korelasi variabel independen harus kurang dari 0,05. Jika korelasi melebihi 0,05 maka terjadi masalah. Hasil uji pada table 4.20 menunjukkan bahwa nilai korelasi pelayanan (X1) dan kinerja (X2) kurang dari 0,05. Artinya data terbebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dimana residu dalam model regresi mempunyai varian yang tidak merata. Masalah heteroskedastisitas tidak boleh muncul dalam model regresi yang baik. Tabel berikut menampilkan hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 4.15
Uji Heterokedastisitas dengan Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.227	1.260		-.180	.858
	Pelayanan	.070	.048	.207	1.449	.151
	Kinerja	-.025	.046	-.079	-.553	.582
a. Dependent Variable: Abs Res						

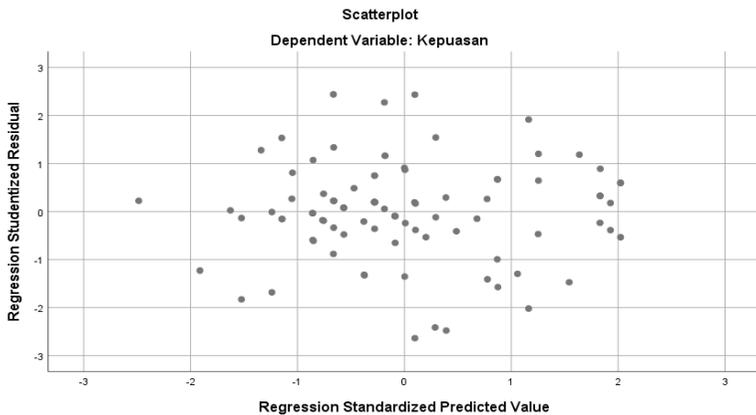
Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas, maka nilai signifikansinya harus lebih besar dari 0,05 menurut uji

heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Table 4.15 menunjukkan bahwa nilai sigfnifikasi X1 dan X2 lebih dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4.16

Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplots



Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Heteroskedastisitas tidak boleh ada agar dapat lolos uji heteroskedastisitas scatterplot. Tabel 4.16 menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data karena data menyebar secara tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

D. Analisis Deskriptif Statistik

1. Variabel Pelayanan (X_1)

Tabel 4.17

Hasil Analisis Deskriptif Statistik Variabel Pelayanan

Descriptive Statistics						
	N	Min	Max	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Pelayanan	92	25	40	34.03	.380	3.642
Valid N (listwise)	92					

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 8 pertanyaan yang telah diberikan pada variabel faktor pelayanan, nilai terendah sebesar 25 dan nilai tertinggi sebesar 40. Rata-rata nilai untuk variabel pelayanan adalah 34.03 yang termasuk dalam kategori kurang baik.

Table kriteria untuk menentukan kategori variabel faktor pelayanan disusun menggunakan:

$$\text{Nilai tertinggi} = 40$$

$$\text{Nilai terendah} = 25$$

$$\text{Rentang} = 40 - 25 = 15$$

$$\text{Interval} = 15 : 5 = 3$$

Tabel 4.18
Kriteria Indikator Variabel Pelayanan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kriteria
1	25 - 28	5	5.4%	Sangat Tidak Baik
2	28,1 – 31,1	16	17.4%	Tidak Baik
3	31,2 – 34,2	32	34.8%	Kurang Baik
4	34,3 – 37,3	17	18.5%	Baik
5	37,4 – 40,4	22	23.9%	Baik Sekali
	Total	92	100.0	

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

2. Variabel Kinerja (X₂)

Tabel 4.19
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kinerja

Descriptive Statistics						
	N	Min	Max	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Kinerja	92	24	40	32.45	.396	3.798
Valid N (listwise)	92					

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 8 pertanyaan yang telah diberikan pada variabel faktor kinerja, nilai terendah sebesar 24 dan nilai tertinggi sebesar 40. Rata-rata nilai untuk variabel kinerja adalah 32,45 yang termasuk dalam kategori kurang baik.

Table kriteria untuk menentukan kategori variabel faktor pelayanan disusun menggunakan:

Nilai tertinggi = 40

Nilai terendah = 24

Rentang = $40 - 24 = 16$

Interval = $16 : 5 = 3,2$

Tabel 4.20
Kriteria Indikator Variabel Kinerja

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kriteria
1	24 – 27,2	6	6.5%	Sangat Tidak Baik
2	27,3 – 30,5	19	20.7%	Tidak Baik
3	30,6 – 33,8	40	43.5%	Kurang Baik
4	33,9 – 37,1	14	15.2%	Baik
5	37,2 – 40,4	13	14.1%	Baik Sekali
	Total	92	100.0	

Sumber: Data primer yang sudah diolah

3. Variabel Kepuasan (Y)

Tabel 4.21
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Kepuasan	92	21	35	28.41	.341	3.275
Valid N (listwise)	92					

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 7 pertanyaan yang telah diberikan pada variabel faktor kepuasan, nilai terendah sebesar 21 dan nilai tertinggi sebesar 35. Rata-rata nilai untuk variabel kepuasan adalah 28,41 yang termasuk dalam kategori kurang baik.

Tabel kriteria untuk menentukan kategori variabel faktor pelayanan disusun menggunakan:

$$\text{Nilai tertinggi} = 35$$

$$\text{Nilai terendah} = 21$$

$$\text{Rentang} = 35 - 21 = 14$$

$$\text{Interval} = 14 : 5 = 2,8$$

Tabel 4.22
Kriteria Indikator Variabel Kinerja

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kriteria
1	21 – 23,8	4	4.3%	Sangat Tidak Baik
2	23,9 – 26,7	21	22.8%	Tidak Baik
3	26,8 – 29,6	39	42.4%	Kurang Baik
4	29,7 – 32,5	14	15.2%	Baik
5	32,6 – 35,4	14	15.2%	Baik Sekali
	Total	92	100.0	

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

E. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memastikan hubungan antar variabel. Analisis regresi digunakan untuk memperkirakan seberapa besar kenaikan atau penurunan nilai variabel independen (pelayanan dan kinerja) akan mempengaruhi nilai variabel dependen (kepuasan). Analisis regresi linier berganda dilakukan dalam prosedur ini dengan bantuan SPSS. Tabel berikut menampilkan hasil perolehan data.

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.463	1.881		1.310	.194
	Pelayanan	.260	.072	.289	3.628	.000
	Kinerja	.527	.069	.612	7.684	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien untuk variabel faktor pelayanan 0,260 dan variabel faktor kinerja 0,527, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,463 + 0,260X_1 + 0,527X_2$$

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Bila nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 digunakan untuk menghitung besarnya variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Hal ini dikenal sebagai koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Garis regresi lebih mewakili temuan penelitian sebenarnya, namun jika nilai koefisien determinasi mendekati 1. Hal ini karena nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa semakin besar varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen atau oleh faktor lain.

Tabel 4.24

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.691	1.820
a. Predictors: (Constant), Kinerja, Pelayanan				

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *Adjusted R Square* sebesar 0,691. Hal ini berarti variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel faktor pelayanan dan kinerja sebesar 69,1%.

3. Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel . dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai signifikansi $<0,05$, atau Fhitung $>$ Ftabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. sebaliknya jika nilai signifikansi $<0,05$ atau Fhitung $<$ Ftabel maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap Y. Pada pengujian dengan 92 responden, maka Ftabel= $(k ; n-k) = (3 ; 92-3) = (3 ; 89) =2,71$.

Tabel 4.25
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	681.471	2	340.736	102.856	.000 ^b
	Residual	294.833	89	3.313		
	Total	976.304	91			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), Kinerja, Pelayanan						

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.25 diperoleh nilai Fhitung $102,856 >$ Ftabel $2,71$ dan nilai signifikansi $0,000 <$ $0,050$. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan faktor pelayanan dan faktor kinerja terhadap kepuasan.

4. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara parsial dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis. Dasar pengambilan keputusan uji t yakni jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan thitung $>$ ttabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pengujian dengan 92 responden maka ttabel = $(a/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 92-3-1) = (0,025 ; 88) = 1,987$.

Tabel 4.26
Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.463	1.881		1.310	.194
	Pelayanan	.260	.072	.289	3.628	.000
	Kinerja	.527	.069	.612	7.684	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer yang sudah diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 2,463 dengan signifikansi $0,194 > 0,050$ yang menunjukkan bahwa nilai potensi kepuasan anggota sebelum ada variabel faktor pelayanan dan kinerja adalah sebesar 2,463. Hal ini berarti kepuasan anggota rendah sebelum adanya faktor-faktor tersebut. Variabel X1 (pelayanan) diperoleh nilai thitung

3,628 > ttabel 1,987 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor pelayanan terhadap kepuasan, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa **H1 diterima**. Variabel X2 (faktor kinerja) diperoleh nilai thitung 7,684 > ttabel 1,987 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,050. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor kinerja terhadap kepuasan, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa **H2 diterima**.

5. Estimasi Nilai Parameter

Persamaan regresi:

$$Y = 2,463 + 0,260X_1 + 0,527X_2$$

a. Estimasi Intersep Konstanta

Penafsiran persamaan regresi di atas yaitu konstanta sebesar 2,463 menunjukkan bahwa nilai potensi dasar yang dimiliki variabel kepuasan anggota sebelum ada variabel faktor pelayanan dan kinerja adalah sebesar 2,463.

b. Estimasi Parameter

Hasil analisis persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel X_1 sebesar 0,260 menunjukkan bahwa pada saat faktor pelayanan naik 1 satuan maka kepuasan anggota akan naik sebesar 0,260 satuan.

- 2) Variabel X_2 sebesar 0,527 menunjukkan bahwa pada saat faktor kinerja naik 1 satuan maka kepuasan anggota akan naik sebesar 0,527 satuan.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah

Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Layanan berarti memberikan bantuan pada orang lain yang memerlukan. Pada Tindakan tersebut tentunya tercermin perilaku terpuji. Dalam ilmu ekonomi Islam tentunya pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mencerminkan dasar syariah Al-Quran dan Hadits.

Pelayanan dalam hal ini adalah pelayanan karyawan KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah terhadap pelanggan atau anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. Hipotesis pertama atau H_1 adalah pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. Pengujian hipotesis dengan alat bantu SPSS menghasilkan variabel pelayanan karyawan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,260 dengan nilai statistik t sebesar $3,628 > 1,987$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa **H_1 diterima** yaitu pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah.

Indikator pada pelayanan karyawan yang pertama adalah ruang kantor nyaman, ruang kantor bersih, karyawan melayani kualitas produk sesuai yang dijanjikan perusahaan, jenis layanan produk sesuai yang ditawarkan, karyawan ramah, karyawan cekatan, karyawan bersedia membantu tanpa diminta pelanggan atau anggota, karyawan menguasai produk dan informasi yang terkait dengan layanan.

Indikator-indikator di atas adalah bentuk layanan dengan sikap yang terpuji sesuai yang diperintahkan oleh hukum syariah. Sikap tersebut dilihat dari menjaga kenyamanan, kebersihan, menepati janji atau amanah, jujur, dan tentunya membantu orang lain. Sikap melayani dalam Islam sama dengan berbuat ihsan. Al-Quran memerintahkan untuk berbuat ihsan kepada orang lain seperti Allah berbuat baik kepada makhluk-Nya. Perintah tersebut tertuang pada surat Al-Qashash ayat 77 yang artinya:

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.” (Al-Qashash: 77)

Artinya bahwa untuk mencapai kepuasan anggota, KSPPS BMT DRI Muamalat harus memenuhi indikator-indikator di atas yang terkait dengan pelayanan karyawan dan memiliki aspek syariah sesuai hukum Islam. Untuk terus menjaga

kepuasan anggota maka KSPPS BMT DRI Muamalat harus mampu terus menjaga indikator-indikator di atas agar keberlangsungan kepuasan anggota terus terjaga.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Atlas Pematangsiantar pada tahun 2015. Penelitian yang dilakukan Herry Chrismant dkk menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan $t_{hit} 2,327 > t_{tabel} 2,048$ dan signifikan $0,027 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Atlas Pematangsiantar.

Penelitian oleh Aan Rahman pada Jurnal Cakrawala (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan. Hubungan tersebut sebesar 0,738, yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah

Kinerja ataupun prestasi merupakan catatan terkait hasil-hasil yang didapatkan dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu ataupun aktivitas tertentu selama kurun periode tertentu. Sedangkan menurut ilmu ekonomi Islam kinerja merupakan

gambaran akidah yang bersumber dari keimanan. Artinya bahwa nilai-nilai Islami yang sehubungan dengan kinerja tentunya bagian yang mengikat dengan akidah islam.

Kinerja dalam hal ini adalah kinerja karyawan KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah terhadap pelanggan atau anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. Hipotesis kedua atau H_2 kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS DRI Muamalat Jawa Tengah. Pengujian hipotesis dengan alat bantu SPSS menghasilkan variabel kinerja karyawan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,527 dengan nilai statistik t sebesar $7,684 > 1,987$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa **H_2 diterima** yaitu kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah.

Tentunya untuk mencapai suatu kepuasan dari variabel kinerja membutuhkan beberapa indikator, indikator-indikator tersebut yang pertama adalah karyawan bekerja dengan disiplin tinggi, karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab, karyawan selalu tepat waktu, karyawan melayani dengan ramah, karyawan melayani dengan sopan, karyawan berupaya berhubungan baik dengan pelanggan atau anggota, karyawan tanggap dalam menanggapi kebutuhan pelanggan atau anggota, dan karyawan berpenampilan menarik.

Indikator-indikator di atas sebagai bentuk dari kinerja yang mencerminkan nilai-nilai islami yaitu disiplin (Q.S 4:59), perintah bertanggung jawab (Q.S 74:38), perintah untuk berbuat baik terdapat pada firman Allah dalam Quran Surat Al-Kahfi ayat 7 berbunyi:

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴿٧﴾ وَإِنَّا لَجَاعِلُونَ مَا عَلَيْهَا صَعِيدًا جُرُزًا ﴿٨﴾

Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang ada di bumi sebagai perhiasan baginya, untuk Kami menguji mereka, siapakah di antaranya yang terbaik perbuatannya.

Kinerja sering dinyatakan dengan sebutan iman dan syariah yang akrab disebut dengan amal sholeh. Kehidupan ini dinyatakan pada kinerja atau amal perbuatannya. Sedangkan nilai hidup manusia tergantung pada nilai kinerjanya.

Artinya bahwa untuk mencapai kepuasan anggota, KSPPS BMT DRI Muamalat harus memenuhi indikator-indikator di atas yang terkait dengan kinerja karyawan yang tentunya segala sesuatunya didasarkan kepada hukum syariah. Untuk terus menjaga kepuasan anggota maka KSPPS BMT DRI Muamalat harus mampu terus menjaga indikator-indikator di atas agar keberlangsungan kepuasan anggota terus terjaga.

Hasil penelitian di atas didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang. Penelitian tersebut menemukan bahwa kinerja

karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh tersebut sebesar 10,587, yang berarti semakin baik kinerja karyawan, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Santi Budi tentang pengaruh kinerja terhadap kepuasan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan r hitung = 0,832 lebih besar dari r tabel = 0,361 pada $N=5$; (2) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah dengan r hitung = 0,843 lebih besar dari r tabel = 0,361 pada $N=5$; (3) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dengan R hitung = 0,861 dan hasil dari F hitung = 20,5 lebih besar dari F tabel = 3,35.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel faktor pelayanan karyawan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. Artinya bahwa hipotesis pertama H_1 diterima, dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,260 dan hasil uji t sebesar $3,628 > 1,987$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berpengaruhnya variabel pelayanan karyawan terhadap kepuasan anggota sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Syahrial bahwa layanan berarti memberikan bantuan pada orang lain yang memerlukan. Pada Tindakan tersebut tentunya tercermin perilaku terpuji. Walaupun setiap agama memerintahkan untuk melayani, namun agama Islam memberikan penekanan tersendiri pada hal ini. Sikap melayani dalam Islam sama dengan berbuat ihsan. Al-Quran memerintahkan untuk berbuat ihsan kepada orang lain seperti Allah berbuat baik kepada makhluk-Nya. Perintah tersebut tertuang pada surat Al-Qashash ayat 77.¹⁴⁸
2. Variabel faktor kinerja karyawan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. Artinya bahwa hipotesis kedua H_2 diterima,

¹⁴⁸ Syahrial, "Kualitas Pelayanan Dalam Islam."

dengan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,527 dan hasil uji t sebesar $7,684 > 1,987$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berpengaruhnya variabel kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota sejalan dengan teori menurut Syalaby mengemukakan sejumlah firman Allah yang terdapat pada Al-Quran secara esensial mendorong orang untuk melaksanakan kerja/usaha. Maka, Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu dan akan dikembalikan kepada Allah yang Maha Mengetahui. Dan dibertahukan kepadamu apa yang kamu kerjakan. Pesan tersebut terdapat pada Q.S At-Taubah ayat 105.

149

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran:

1. Diketahui variabel faktor kinerja mempunyai pengaruh tertinggi terhadap kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah, maka dari itu karyawan KSPSS BMT DRI Muamalat hendaknya mampu mempertahankan maupun meningkatkan kinerja karyawan agar berdampak pada naiknya kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah.
2. Variabel pelayanan karyawan menempati lebih rendah dari pada faktor lain terhadap kepuasan anggota BMT DRI

¹⁴⁹ Yusuf, *Kinerja Islami*.

Muamalat Jawa Tengah. Oleh karena itu, hendaknya karyawan BMT DRI Muamalat Jawa Tengah untuk memperbaiki pelayanan yang belum terelisasi dan meningkatkan faktor lain yang menunjang naiknya kepuasan anggota BMT DRI Muamalat Jawa Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Mu`ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, Dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2018.
- Adah, Paul D. "Urban Development Practices and the Challenges of Climate Change Mitigation." *International Journal of Science and Advanced Innovative Research* 1, no. July 2015 (2017). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.32993.61283>.
- Al-Hafidz Ibnu Katsir Addimasyqy. *Tafsir Ibnu Katsir Juz II*. Bairut: Darul Kutub Ilmiah, 2006.
- Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek," Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT R aja Grafindo Persada, 2006.
- Basri, Burhanuddin, and Hadi Abdillah. "Hubungan Pelayanan Perawat Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna Kartu Kis Bpjs Di Ruang Rawat Inap Rsud Sekarwangi Sukabumi." *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal* 12, no. 1 (2021): 51–62. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v12i1.249>.
- Basu Swasta Dharmaneta, T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Bernadin, H. John dan joyce, E.A. Russel. *Human Resource Management, An Experimental Aproach*. Singapore: MacGrow-Hill, Inc., 2006.
- Bitner, Zeithaml. "Reasessment Of Expectations As A Compaison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Reseachr." *Journal of Marketing*, 2003, 111–24.
- Catrin Novrista Harni, Fivi Rahmatus Sofiyah. "Pengaruh Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Area Lubuk Pakam,” n.d., 1–9.

Chrisman, Herry, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Efendi. “314905-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kep-21af2b2f.” *Maker*, 2015, 49–54. <https://doi.org/10.37403/maker.v1i2.18>.

Dessler, Gery. *Human Resource Management*. 9th ed. America: Pretince Hall, 2003.

Dwi Cahya, Agus, Aditya Julita Sari, and Kidung Andar Feryanta. “Pengaruh Kinerja Karyawan, Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.” *YUME : Journal of Management* 4, no. 2 (2021): 218–29. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.861>.

Fahmi, Abu. *HRD Syariah - Teori Dan Implementasi*, 2014.

Fandy Tjiptono, Chandra, Gregorius. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.

Febrianti, D, D Lestari, H Salsabela, and ... “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang” *Journal Of Economics* ... 3, no. 1 (2022): 353–65. <https://jurnal.umla.ac.id/index.php/JEMBER/article/view/334>.

Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya.” *JESTT* 2, no. 4 (2015).

Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Undip, 2006.

Hadi, Yogi Dwi Anugrahadi, Arif Prasetyo. “Mengetahui Pengaruh Kinerja Islam Terhadap Motivasi Islam, Komitmen Islam, Dan Pelatihan Islam Pada Karyawan PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Jakarta.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 5 (2018): 680–98.

- Hafid, M. A. “Hubungan Kinerja Perawat Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Pengguna Yankestis Dalam Pelayanan Keperawatan Di RSUD Syech Yusuf Kabupaten Gowa. *Jurnal Kesehatan Volume VII No.2 Le.*” *Jurnal Kesehatan* 7, no. 2 (2014): 368–75.
- Hamdani, Rambat Lupiyoadi dan A. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Hasibuan, Malayu SP. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Hidayat, Nurul. *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Di BMT (Study Kasus Di BMT Robbani Kaliwungu)*. Semarang: IAIN Walisongo, 2007.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Iqbal, Muhammad. *Pelayanan Yang Memuaskan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007.
- Irawan. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE-UGM, 2004.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia, 2005.
- Iwan Andriawan. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250FI (Survey Pada Kawasaki Ninja Club Bandung JL Cihampelas No.30 Bandung)*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2018. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/36134>.
- James Engel, F Roger, D Blackwell, Paul W Miniard. “Perilaku Konsumen.” In *Jilid I*, 6th ed. Jakarta: Binarupa Aksara, 1990.
- John M Echols, Hassan Shadily. *An English Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT. Gramedia, 1996.

Kishada, Zeyad M. EM., and Norailis Ab. Wahab. "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking." *International Journal of Business and Social Science* 6 (2015): 110–19. [https://oarep.usim.edu.my/jspui/bitstream/123456789/13789/1/Influence Of Customer Satisfaction%2C Service Quality%2C And Trust On Customer Loyalty In Malaysian Islamic Banking.pdf](https://oarep.usim.edu.my/jspui/bitstream/123456789/13789/1/Influence%20Of%20Customer%20Satisfaction%20Service%20Quality%20And%20Trust%20On%20Customer%20Loyalty%20In%20Malaysian%20Islamic%20Banking.pdf).

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.

———. *Marketing Manajemnt*. New York: Free Press, 1995.

Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Kusuma Wijayanto, Farid Wajdi, Syamsuddin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Kasus Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta)." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Kusumasari, L G D. "Pengaruh Faktor Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pendawa Mini Market Di Desa Bajera Tahun 2011." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 2013. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/391>.

Kuswanto, Adi, and Bank Danamon. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah," n.d., 125–34.

Lilik Rahmawati, Nofiana Hidayatin. "Ualitis Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Waru." *El-Qist* 3 (2013).

Lovelock and Wright. *Principles of Service Marketing and Management*. Second Edi. America: Pretince Hall, 2002.

Lukman, Sampara. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA Lan

Press, 2000.

- M. L. Saraswati, A. Pradhanawati, and W. Hidayat. “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4 (2015): 137–46. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8227>.
- M. Nur Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Mangement*. Edisi 3. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- M Nadzaratuzzaman H, Hasan Ali HM, A Bahrul Muhtasib. *Materi Dakwah Ekonomi Syariah*. Jakarta: PKES, 2008.
- M Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*,. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Malang, Panti Waluya. “Nursing News Volume 2, Nomor 2, 2017” 2 (2017).
- Maulana, Irham, Faisal Salistia, and Sukarna Sukarna. “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah:” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 1 (2019): 111–23. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i1.317>.
- Maulana, Irham, Program Studi, Ekonomi Syariah, Dan Fakultas, Syariah Institut, Agama Islam, Nasional Laa, Roiba Bogor, Faisal Institut, and Sukarna Institut. “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang.” *Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2019): 99. <https://doi.org/DOI: 1047467/elmal.v1i1.317>.
- Maulana Supriadi, Yuda, and Aning Sofyan. “Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.” *Prosiding Manajemen Komunikasi* , 2020, 40–43.
- Minor, Michael. *Prilaku Konsumen Jilid 2*. 2nd ed. Jakarta: Erlangga,

2004.

- Misbach, Irwan, Surachman Surachman, Djumilah Hadiwidjojo, and Armanu Armanu. "Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia." *International Journal of Business and Management* 8, no. 5 (2013): 48–61. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n5p48>.
- Mohammad Saeed, Zafar U. Ahmed, Syeda-Masooda Mukhtar. "International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach." *Journal Od Bussiness Ethics* 2 (2001): 127–42. <https://doi.org/10.1023/a:1010718817155>.
- Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga, 2009. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20394465>.
- Murti Sumarni. *Manajemen Pemasaran Bank*. 5 Revisi. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Musa, Muhammad Yusuf. *Falsafat Al-Akhlaq Fi Al-Islam*. Kairo: Dar al-Araf, 1945.
- Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas ekonomi Universitas indonesia, 2007.
- Nur Rakhman Saputro a, Wiyadi. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Arafah Sukoharjo." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Nursiti, Dwi, and Deno Fedrick. "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Chatime Focal Point Medan." *Jurnal Psychomutiara* 2, no. 1 (2018): 46–56. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/Psikologi/article/view/1173>.
- Ove C. Hansemark, Marie Albinsson. "Managing Service Quality: An

International Journal.” *Emerald Group Publishing Limited* 14 (2004).

<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09604520410513668>.

Owen, Abdul Qowi Othman dan Lynn. “The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House).” *International Journal of Islamic Financial Service* 3 (2001): 1–26.

PB, Triton. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia (Kunci Sukses Meningkatkan Kinerja, Produktivitas, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja)*. Jakarta: Tugu Publisher, 2005.

Pengurus BMT DRI Muamalat Jawa Tengah. *Laporan Pertanggungjawaban, Pengurus, Dewan Pengawas, Dan Dewan Pengawas Syariah KSPPS BMT DRI Muamalat Jawa Tengah*. Tegal: BMT DRI Muamaalat Jawa Tengah, 2021.

———. *Laporan Pertanggungjawaban Pengurus, Dewan Pengawas, Dan DewanPengawas Syariah BMT DRI Muamalat Jawa Tengah*. Tegal: BMT DRI Muamalat, 2022.

Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga, 1993.

Philip Kottler, Armstrong. *Principles of Marketing*. 18th ed. Engliwood Clifft, 2020.

Prabu Mangkunegara, Anwar. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika, 2009.

Puguh Suharso. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks, 2009.

Purwanti, Eka. “Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Salon Spa Moz5 Cabang Palembang.” UIN Raden Fatah Palembang, 2015.

- Quraish Shihab. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Quran Jilid 10*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Rahman, Aan. “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan).” *Cakrawala* XVII, no. 2 (2017): 237–42. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2504>.
- Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- . *Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustak, 2000.
- Ratih, Yan Mayasari Puspita. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Belanja Online.” *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal* 1, no. 3 (2020): 37–48. <https://doi.org/10.22146/abis.v1i3.59381>.
- Ratminto & Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen’s Dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Ratnasari, Ayu Dila, Burhanuddin Burhanuddin, and Teguh Triwiyanto. “Hubungan Kinerja Pelayanan Tenaga Administrasi Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan* 1 (2018): 472–79. <https://doi.org/10.17977/um027v1i42018p472>.
- Ridwan Aris Munandar. *Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung)*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017.

<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30459>.

Ridwan, Muhammad. *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press, 2004.

Rina Yuniarti, Rudy Irwansyah, Muhammad Ardi Nupi Hasyim, Padi Riswandi, Sovi Septania, Alfi Rochmi, Febrianty, I Gede Bayu Wijaya, Febria Sri Handayani, Bambang, Amanda Setiorini, Meilaty Fintariasari & Khairul Bahrun, Daniel J I Kairupan, Sri Ekowati, Indah Suprabawati Kusuma Negara. *Kinerja Karyawan Tinjauan Teori Dan Praktis*. Edited by Elan Jaelani. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Riyanto, Andi. “Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Cibadak Sukabumi.” *Ecodemica* 2, no. 1 (2018): 117–124. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2911/pdf>.

Rusmadi. “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Mahasiswa.” *Jurnal Ilmiah Indonesia* 4 (2019). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v4i5.616>.

S. Pantja Djati, and Didit Darmawan. “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kesetiaan Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2005): pp.48-59. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16135>.

S, Ardiani Ika. “Economic Value Added (EVA): Suatu Alternatif Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan.” *Muhani* 41 (2019). [https://doi.org/Ardiani Ika S. “Economic Value Added \(EVA\): Suatu Alternatif Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan”. Jurnal Vol 7 No. 4 \(2008\).](https://doi.org/Ardiani%20Ika%20S.%20%Economic%20Value%20Added%20(EVA)%20:%20Suatu%20Alternatif%20Pengukuran%20Kinerja%20Keuangan%20Perusahaan%20%22.%20Jurnal%20Vol%207%20No.%204%20(2008).)

Sambodo Rio Sasongko. “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 1 (2021): 104–14.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>.

- Santi Budi Utami. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta,” 2016.
<https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>.
- Setiawan Jodi, I Wayan Gede Antok. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Adyamurthi Di Kediri Tabanan.” *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 1, no. 2 (2020): 103–10. <https://doi.org/10.47532/jis.v1i2.47>.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE-YKPN, 1995.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sunyoto. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Susanto, A.B. *Manajemen Dan Persaingan Bisnis 3 Dinamika Manajemen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia., 2005.

- Susanto, Hari Agung, and Narto Irawan Otoluwa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros.” *Jurnal Brand 2*, no. 1 (2020): 141.
- Swason, Richard A. *Analysis for Improving Performance*. San Fransisco: Berret-koehler, Inc., 2005.
- Syahrial, Murah. “Kualitas Pelayanan Dalam Islam.” *Jurnal IndraTech 8*, no. 4 (2018): 81–94.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Tjipto, Fandi. “Manajemen Jasa.” Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Umar, Husein. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- . *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. II. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013.
- Veronica, Deka. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal Development 5*, no. 1 (2017): 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>.
- Wahab. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Kajian Ekonomi Islam 02(01)* (2017): 51–65.
- Wibowo. *Manajemen Perubahan*. Ketiga. Jakarta: Rajaw, 2012.
- wilhelmina kosnan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke Wilhelmina Kosnan.” *Ekonomi, Jurnal Magister, Pascasarjana Universitas, Manajemen Soedirman, Jendral 21* (2019): 1–11.
- Wirawan. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi Dan*

Penelitian. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Yani. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Yesenia, Yesenia, and Edward Halomoan Siregar. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan KFC Di Tangerang Selatan.” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 5, no. 3 (2016): 183. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12166>.

Yulianto, Edy, and M Kholid Mawardi. “(Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 25, no. 2 (2015): 1–7.

Yuliarini, Ni Nyoman, and Putu Riyasa. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan,” no. April (2015).

Yusuf, Mahmud. *Kinerja Islami. Lafadz Jaya*. Mataram: Lafadz Jaya, 2016. [http://idr.uin-antasari.ac.id/19409/1/UNESCO KINERJA ISLAMI %282016%29.pdf](http://idr.uin-antasari.ac.id/19409/1/UNESCO_KINERJA_ISLAMI%282016%29.pdf).

Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. *Services Marketing*. New York, 1996.

Lampiran I : KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BMT DRI MUAMALAT JAWA TENGAH DI KABUPATEN TEGAL

1. Petunjuk pengisian kuisioner atau angkat

Berilah jawaban terhadap pertanyaan tertutup berikut sesuai dengan situasi yang sebenarnya, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom jawaban yang telah tersedia.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N= Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

2. Identitas Responden

Nama :.....

Jenis Kelamin : P/L

Usia :..... th

Pendidikan Terakhir :.....

Pekerjaan :.....

Nomor yang bisa dihubungi :.....

Variabel (X₁) Independen: Pelayanan Karyawan					
Item Pernyataan	Kategori				
	STS	TS	N	S	SS
Ruang kantor nyaman.					
Ruang kantor bersih.					
Karyawan melayani sesuai yang dijanjikan perusahaan.					
Jenis layanan produk sesuai yang ditawarkan.					
Karyawan cekatan.					
Karyawan bersedia membantu tanpa diminta pelanggan atau anggota.					
Karyawan menguasai produk dan informasi yang terkait dengan layanan.					

Variabel (X₂) Independen: Kinerja Karyawan					
Item Pernyataan	Kategori				
	STS	TS	N	S	SS
Karyawan bekerja dengan disiplin tinggi.					
Karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab.					
Karyawan selalu tepat waktu.					
Karyawan melayani dengan sopan.					
Karyawan berupaya berhubungan baik dengan pelanggan.					
Karyawan tanggap dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.					
Karyawan berpenampilan menarik.					

Variabel (Y) Dependen: Kepuasan					
Item Pernyataan	Kategori				
	STS	TS	N	S	SS
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena sesuai dengan yang dijanjikan.					
Saya merasa bahwa produk sesuai dengan yang dijanjikan.					
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena ramah.					
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan.					
Saya merasa puas dengan pelayanan karyawan karena tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan.					
Saya merasa puas dengan pelayanan karena menyediakan produk yang diinginkan tepat waktu dan cepat.					
Saya merasa puas dengan pelayanan KSPPS BMT DRI Muamalat karena bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.					

Lampiran II : Hasil uji IBM SPSS

Hasil Uji Validitas Pelayanan

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson Correlation	1	.482**	.414**	.389**	.339**	.368**	.336**	.243*	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.001	.020	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P2	Pearson Correlation	.482**	1	.417**	.398**	.468**	.378**	.350**	.365**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P3	Pearson Correlation	.414**	.417**	1	.550**	.529**	.626**	.546**	.582**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P4	Pearson Correlation	.389**	.398**	.550**	1	.465**	.591**	.413**	.436**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P5	Pearson Correlation	.339**	.468**	.529**	.465**	1	.586**	.569**	.652**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P6	Pearson Correlation	.368**	.378**	.626**	.591**	.586**	1	.686**	.571**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P7	Pearson Correlation	.336**	.350**	.546**	.413**	.569**	.686**	1	.749**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P8	Pearson Correlation	.243*	.365**	.582**	.436**	.652**	.571**	.749**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.588**	.635**	.781**	.707**	.784**	.821**	.804**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kinerja

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson Correlation	1	.631**	.539**	.383**	.406**	.375**	.566**	.270**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P2	Pearson Correlation	.631**	1	.538**	.513**	.491**	.372**	.526**	.435**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P3	Pearson Correlation	.539**	.538**	1	.516**	.470**	.385**	.506**	.370**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P4	Pearson Correlation	.383**	.513**	.516**	1	.598**	.383**	.402**	.397**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P5	Pearson Correlation	.406**	.491**	.470**	.598**	1	.518**	.403**	.293**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.005	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P6	Pearson Correlation	.375**	.372**	.385**	.383**	.518**	1	.504**	.421**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P7	Pearson Correlation	.566**	.526**	.506**	.402**	.403**	.504**	1	.366**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P8	Pearson Correlation	.270**	.435**	.370**	.397**	.293**	.421**	.366**	1	.612**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.731**	.779**	.757**	.732**	.725**	.682**	.739**	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kepuasan

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
P1	Pearson Correlation	1	.561**	.483**	.465**	.465**	.334**	.377**	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P2	Pearson Correlation	.561**	1	.464**	.491**	.429**	.434**	.355**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P3	Pearson Correlation	.483**	.464**	1	.512**	.423**	.476**	.533**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P4	Pearson Correlation	.465**	.491**	.512**	1	.693**	.512**	.494**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P5	Pearson Correlation	.465**	.429**	.423**	.693**	1	.500**	.478**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P6	Pearson Correlation	.334**	.434**	.476**	.512**	.500**	1	.477**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P7	Pearson Correlation	.377**	.355**	.533**	.494**	.478**	.477**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.705**	.718**	.754**	.805**	.770**	.720**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.70	11.115	.469	.885
P2	29.67	11.035	.531	.879
P3	29.74	10.459	.710	.863
P4	29.83	10.673	.615	.871
P5	29.72	10.073	.702	.862
P6	29.84	9.720	.745	.857
P7	29.91	9.685	.718	.860
P8	29.83	9.838	.706	.862

Hasil Uji Reliabilitas Kinerja

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	28.48	10.956	.622	.850
P2	28.40	11.188	.703	.842
P3	28.63	10.917	.660	.845
P4	28.36	11.068	.628	.849
P5	28.37	11.269	.626	.849
P6	28.24	11.525	.575	.855
P7	28.32	11.273	.648	.847
P8	28.33	11.849	.488	.864

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	24.47	8.318	.593	.850
P2	24.37	8.170	.604	.848
P3	24.32	7.889	.643	.843
P4	24.38	7.777	.717	.832
P5	24.35	7.900	.668	.839
P6	24.32	8.152	.606	.848
P7	24.28	8.227	.602	.848

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Itsna Tifani Barokatur Rizqoh
2. Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 29 Mei 2000
3. Alamat : RT 12/03 Bedug Pangkah Tegal
4. Telepon : 085870867995
5. Email :
2005028013@student.walisongo.ac.id

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri Bedug 01 : Tahun 2005 – 2011
2. MTS N 05 Tegal : Tahun 2011 – 2014
3. MA Al-Hikmah 2 : Tahun 2014 – 2017
4. S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo : Tahun 2017 – 2020

III. LATAR BELAKANG KELUARGA

1. Nama Ayah : Ahmad Mustofa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 12 Desember 1964
3. Alamat : RT 01/02 Jatirawa Tarub Tegal
4. Pendidikan Terakhir : SLTA
5. Nama Ibu : Masrukha
6. Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 15 Maret 1969
7. Alamat : RT 12/03 Bedug Pangkah Tegal
8. Pendidikan Terakhir : S1