

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS MITRA BMT**

(Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)



Disusun oleh:

Sri Rahayu

07110479

Pembimbing :

Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag

FAKULTAS SYARI'AH JURUSAM MUAMALAH

INSTITUT ILMU AL-QURAN (IIQ)

JAKARTA

2012 M/1433 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mitra BMT (studi kasus di BMT Al-Fath IKMI Ciputat)*" yang disusun oleh Sri Rahayu dengan Nomor Induk Mahasiswa 07110479 telah melalui proses bimbingan dengan baik dan dinilai oleh pembimbing telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan di sidang munaqasyah.

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by a series of vertical, wavy lines representing the rest of the name.

Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Sri Rahayu**

NIM : 07110479

Tempat/Yanggal Lahir : Tanjung Kedabu, 27 Mei 1988

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mitra di BMT (studi kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat)*" adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 25 Juni 2012



Sri Rahayu

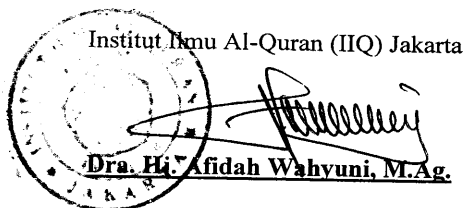
LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS MITRA BMT (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Ciputat)**” oleh Sri Rahayu dengan NIM 07110479 telah diujikan di sidang munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta pada tanggal 25 Juni 2012. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Syariah (S.Sy).

Jakarta, 25 Juni 2012

Dekan Fakultas Syariah

Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta



Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag.

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang



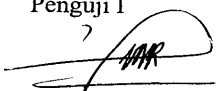
Dra. Muzayyanah, M.Ag

Sekretaris Sidang



Wiwi Hasbiyah, S.Hi.

Penguji I



Prof. Dr. KH. Anwar Ibrahim, M.Ag

Penguji II



Dr. Hj. Romlah Widayati, M.A

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag.', written over a horizontal line.

Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag.

Motto

**Jangan meminta Tuhan untuk selalu membimbing kita, kalau kita sendiri
belum siap untuk melangkah (Iman Zenit)**

"Hope is a dream that never sleeps"

Persembahan:

untuk ayah dan ibu tercinta,

Atas motivasi yang luar biasa,

Dengan segala do'a yang tak kering,

Atas perjuangan yang tak pernah berhenti,

Alhamdulillah, akhirnya tercapai sedikit dari yang diharapkan

Semoga persembahan ini mampu mengobati lelah yang tercurah selama ini

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji yang tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Tak Pernah Tidur yang dengan limpahan rahmat dan karuniaNya penulis akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir belajar dan syarat guna memperoleh derajat S1 pada Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Quran Jakarta. Selain itu, penulis juga berharap skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dan dukungan dari banyak pihak, maka dalam kesempatan kali ini dengan kerendahan hati, penulis menghaturkan ribuan terimakasih akhirnya skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mitra (studi kasus di BMT Al-Fath IKMI Ciputat)” dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terimakasih ini penulis dedikasikan kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta, Bapak Ahsin Sakho Muhammad.
2. Ibu Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag, Dekan Fakultas Syari'ah IIQ Jakarta yang merangkap sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan begitu banyak pengarahan, pengetahuan dan kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah penulis.
3. Bapak Saimin selaku Manajer Baitut Tamwil BMT Al-Fath IKMI beserta jajaran karyawannya yang bersedia dengan tulus membantu penulis dalam memberi informasi yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.

4. Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang tak pernah lelah memberi curahan kasih sayangnya, yang tak pernah lelah berdoa untuk kesuksesan penulis, sebagai penguat di saat hati ini rapuh, yang tak pernah bosan menguatkan ketika semangat melemah. Pengorbanan dan jerih payah yang tak terhingga ini tak akan mampu bagi penulis untuk membalas, Penulis hanya berharap semoga Allah akan membalas setiap tetesan keringat yang keluar, mengabulkan setiap doa yang dipanjatkan dan menjadikan bermanfaat setiap perjuangan yang telah dipersembahkan.
5. Adek-adek tercinta yang celotehan riangnya mampu menghibur penulis di kala jenuh.
6. Kakanda Sri Lestari selaku kakak semata wayang penulis yang kasih sayangnya tak terbatas, yang sangat perhatian selama ini, yang bersedia jadi tempat mengadu, dan menggantikan posisi orang tua di kala mereka jauh. Maaf tidak bisa selesai tepat waktu.
7. Teman-teman syariah angkatan 07, terimakasih atas keceriaan yang tak terlupakan selama hari-hari di kampus. Semoga kelak kita sama-sama jadi orang sukses dan bermanfaat di dunia serta bahagia di akhirat.
8. Ijo Lumut, teman yang tak pernah lelah menjadi motivator penulis dalam menjalani aktifitas sehari-hari. Kalian selalu di hati.
9. Teman-teman kamar, terimakasih atas hari-hari menyenangkan yang telah kalian ciptakan. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
10. Responden penelitian ini yaitu mitra BMT Al-Fath IKMI yang sudah sangat berjasa memberikan data yang penulis butuhkan. Mudah-mudahan Allah selalu memberi kemudahan dalam setiap usaha. Amin.
11. Dan seluruh pihak yang ikut berpartisipasi membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah akan membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan.

Seperti kata pepatah “tak ada gading yang tak retak”, maka Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan maupun penyajian skripsi ini masih kurang sempurna. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam

skripsi ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun. Akhirnya hanya doa yang penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Amin..

Jakarta, 5 Sya'ban 1433 H

25 Juni 2012 M

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
PEDOMAN TRANSLITERISASI	xiii
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan dan Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Tinjauan Pustaka	4
E. Kerangka Teori.....	6
F. Metode Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH	
A. Kualitas Pelayanan	12
B. Kepuasan	24
C. Loyalitas Nasabah	28
D. Landasan Syariah	32
E. Model Penelitian Empirik	39
F. Variabel Penelitian	39
BAB III PROFIL BMT AL-FATH IKMI	
A. Sejarah Berdirinya BMT Al-Fath IKMI	41
B. Visi, Misi dan Tujuan.....	42
C. Struktur Organisasi.....	43

D.	Produk-produk BMT
E.	Manfaat Menabung di BMT Al-Fath IKMI
F.	Langkah Mempertahankan Mitra
G.	Sistem Pemasaran di BMT Al-Fath IKMI
H.	Langkah BMT Menghadapi Pembiayaan Macet.....

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Profil Responden
B.	Deskripsi Penelitian
C.	Uji Validitas dan Realibilitas
D.	Analisis Tingkat Pelayanan di BMT Al-Fath IKMI
E.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Uji Goodness of Fit).....
F.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan
B.	Saran-saran.....

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 1.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 1.3 Data Responden Berdasarkan Usia Responden	53
Gambar 1.4 Data Responden Berdasarkan Status Pernikahan	54
Gambar 1.5 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
Gambar 1.6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 1.7 Data Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
Gambar 1.8 Standar Deviasi	59
Gambar 1.9 Uji Kenormalan.....	60
Gambar 1.10 Plot Kenormalan Loyalitas	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	51
Tabel 1.2	Uji Validitas Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas.....	57
Tabel 1.3	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 1.4	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	58
Tabel 1.5	Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas	58
Tabel 1.6	Standar Deviasi Kualitas Pelayanan	61
Tabel 1.7	Uji Signifikan Simultan (F)	62
Tabel 1.8	Uji Parsial (T)	63
Tabel 1.10	Uji Determinasi (R^2).....	65
Tabel 1.11	Uji Korelasi.....	66

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan kata penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad dalam penulisan skripsi di IIQ, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

ا	A		ط	Th
ب	B		ظ	Zh
ت	T		ع	'
ث	Ts		غ	Gh
ج	J		ف	F
ح	<u>H</u>		ق	Q
خ	Kh		ك	K
د	D		ل	L
ذ	Dz		م	M
ر	R		ن	N
ز	Z		و	W
س	S		ه	H
س	Sy		ء	'
ش	Sh		ي	Y
ظ	Dh			

2. Vokal

Vokal tunggal	vokal panjang	vokal lengkap
Fathah : a	أ : â	آ... : ai
Kasrah : I	ى : î	ؤ... : au
Dhammah : u	و : û	

3. Kata sandang

- a. Kata sandang yang diikuti huruf-huruf al-qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu *l (el)*

Contoh :

البقرة : Al-Baqarah

المدنية : Al-Madaniyah

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *As-Syamsiyah* ditransliterasikan dengan mengganti *Al* dengan kata *As-Syamsiyah* yang mengikutinya.

Contoh :

الرجول : Ar-Rajul

الشيدة : As-Syayidah

الشمس : Asy-Syamsu

الروم : Ar-Rûm

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan mitra berpengaruh terhadap loyalitas mitra BMT Al-Fath IKMI Ciputat.

Populasi dalam penelitian ini adalah mitra BMT Al-Fath IKMI. Sampel yang diambil sebanyak 30 mitra dengan ketentuan responden adalah mitra tetap BMT Al-Fath IKMI Ciputat. Adapun untuk pengukuran indeks, penelitian ini menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor dalam setiap jawaban responden yang kemudian data tersebut diolah untuk menentukan hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data analisis, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan adalah variabel kepuasan yaitu t-hitung sebesar 3,677, sedangkan t-hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 0,321. Dari Uji t signifikansi parameter individual, dapat diketahui bahwa antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas terdapat pengaruh yang sangat rendah yaitu sebesar $0,0751 > 0,005$, sedangkan variabel kepuasan dengan loyalitas terdapat pengaruh yang sangat kuat yaitu sebesar $0,001 < 0,005$.

Hasil penelitian dari skripsi ini adalah antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan) dengan variabel dependen (loyalitas) terdapat pengaruh tetapi tingkat pengaruhnya rendah hanya 36,9%, sedangkan selebihnya (63,1%) dipengaruhi faktor lain diluar faktor yang sedang diuji peneliti saat ini, mengingat bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas BMT Al-Fath IKMI bukan hanya kualitas pelayanan dan kepuasan saja.

BMT Al-Fath IKMI Ciputat perlu mempertahankan elemen kepuasan mitra dan meningkatkan elemen-elemen yang mempengaruhi loyalitas mitra selain kepuasan, seperti salah satu elemen yang sedang diteliti saat ini yaitu kualitas pelayanan, produk, citra BMT, promosi, nilai pelanggan, kedekatan emosional serta masih banyak faktor-faktor yang lain.

Keyword : Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas ekonomi syari'ah saat ini meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Indikasinya adalah maraknya pengkajian tentang bidang ini dan maraknya pertumbuhan perbankan syari'ah yang telah memberikan stimulus kepada masyarakat tentang alternatif pembiayaan yang lebih adil dan distributif. Fenomena ini mendorong tumbuhnya lembaga-lembaga keuangan mikro yang berbasis syari'ah seperti Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) sebagai bagian dalam rangka pengembangan bisnis syari'ah terutama dalam menjangkau pembiayaan usaha menengah kecil dan mikro yang merupakan segmentasi terbesar dalam tata perekonomian masyarakat Indonesia.¹

Pendirian BMT ini berkaca pada zaman Rasulullah SAW sebagai pemimpin tentang kebijakan moneter. Lembaga *Baitul Maal* (rumah dana) merupakan lembaga bisnis dan sosial yang pertama dibangun oleh Nabi. Lembaga ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan. Apa yang dilaksanakan Rasul ini merupakan proses penerimaan pendapatan (*revenue collection*) dan pembelanjaan (*expenditure*) secara transparan dan bertujuan seperti apa yang disebut sekarang sebagai *welfare oriented*.² Sebuah gebrakan baru pada saat itu, mengingat pajak-pajak dan pungutan masyarakat yang lain diberikan untuk kepentingan para penguasa,

¹ Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam, Penguatan Peran LKM dan UKM Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 242

² Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2003), hal.

sedangkan *Baitul Maal* dikumpulkan dan kemudian dialokasikan untuk kepentingan umat Islam, bahkan untuk melindungi *kafir dzimmi*.

Di Indonesia, kehadiran Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, telah memberikan inspirasi untuk membangun kembali sistem keuangan yang lebih dapat menyentuh kalangan bawah (*grass root*)³. Namun harapan ini terbentur oleh UU perbankan karena ruang gerak BMT terbatas tidak untuk usaha kecil/mikro yang tidak mampu memenuhi prosedur perbankan.

Untuk memenuhi kebutuhan dan membantu meningkatkan derajat hidup masyarakat bawah, maka muncullah Lembaga Keuangan Syari'ah alternatif yaitu BMT. Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang tidak terjebak pada pikiran pragmatis namun idealis yang istiqomah, BMT diharapkan mampu mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi.

Meskipun BMT tidak setingkat dengan bank, bahkan berdiri di bawah naungan koperasi guna memperoleh izin usahanya, namun prinsip operasinya mengacu pada prinsip yang digunakan syari'ah. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung di BMT tersebut semakin besar, untuk menumbuhkan minat masyarakat kepada Lembaga Keuangan Syari'ah, serta memberikan kesan yang baik, yaitu dengan memberikan kesan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat yang telah menjadi mitra atau anggota BMT tersebut.

Sebagai Lembaga Keuangan yang bergerak di bidang jasa, pada dasarnya pelayananlah yang menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan mitra. Dengan pelayanan yang prima, mitra akan merasa keanggotaanya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Sedangkan

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa-Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal.72

kepuasan atas pelayanan yang diberikan itu akan menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas mitra. Loyalitas mitra memang sangat dibutuhkan oleh BMT karena pertumbuhan suatu BMT itu sendiri sangat tergantung dengan pertumbuhan dana yang berasal dari simpanan mitra, karena kualitas pelayanan dirasakan memiliki hubungan dan dapat mempengaruhi kepuasan mitra. Meningkatnya jumlah mitra secara terus menerus sangat berpengaruh terhadap perkembangan BMT itu sendiri.

Bertolak dari permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas mitra dengan praktek yang terjadi di BMT Al-Fath IKMI. Maka penulis mengambil sebuah judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mitra BMT (studi kasus di BMT Al-Fath IKMI Ciputat)”**.

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, tentunya akan sangat luas jika masalah tersebut dibahas secara keseluruhan dalam skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk membuat batasan permasalahan agar lebih fokus pada sekitar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mitra BMT. Adapun rumusan-rumusan masalah yang penulis sajikan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas mitra BMT Al-Fath IKMI?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas mitra BMT Al-Fath IKMI?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang disusun rumuskan di atas, maka ada beberapa tujuan yang akan dicapai dari penelitian dalam skripsi ini diantaranya:

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mitra di BMT Al-Fath IKMI
2. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas mitra di BMT Al-Fath IKMI

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang dunia nyata praktek Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah.
2. Bagi akademisi, penelitian ini bermanfaat untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang konsep peningkatan nasabah BMT.
3. Bagi BMT Al-Fath IKMI diharapkan menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan guna pengembangan usaha dan bisnis Syar'i.
4. Dalam dunia bisnis, penelitian ini dapat dijadikan acuan para pelaku bisnis Islami tentang langkah-langkah jitu yang terdapat di BMT.
5. Untuk memberikan informasi dan kontribusi bagi semua kalangan, tokoh masyarakat atau ulama, praktisi, dan masyarakat muslim pada umumnya tentang konsep peningkatan nasabah pada BMT dan secara praktik penelitian ini dapat menambah kepercayaan masyarakat dalam melaksanakan kerjasama dengan BMT.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menurut hemat penulis belum pernah ditulis oleh peneliti sebelumnya, hanya saja ada beberapa tulisan yang hampir sama dan bisa dijadikan acuan, diantaranya :

1. Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional terhadap Loyalitas Nasabah (studi kasus pada Bank BRI cabang Pattimura Semarang). Skripsi ini disusun oleh Dinda Monika Mediana Bahri, mahasiswi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang 2010. Adapun hasil penelitian dari skripsi ini adalah nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang Semarang.
2. Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk (Studi empiris pada PT. Bank Bukopin Tbk di kota Semarang). Hasil penelitian dari tesis yang disusun oleh Ferlina Ariyani mahasiswi Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Dponegoro ini adalah peningkatan kualitas pelayanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Tbk kota Semarang.
3. Penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian Fred Selnes⁴ dan Fornel⁵ yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pelanggan, dimana pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal, namun pelanggan yang loyal tidak perlu puas.

Dari tinjauan pustaka tersebut, ada perbedaan yang mendasar antara penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas mitra BMT ini dengan penelitian skripsi dan tesis sebelumnya. Adapun perbedaannya adalah sebagai berikut:

⁴ Fred Selnes, "An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", (European Journal of Marketing, 1993), p. 19-35

⁵ Fornell, C. Johnson, MD Anderson, EW Cha and Bryant BE, " The Aohnsonmerican Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings", (Journal of Marketing, 1996), Vol. 60

1. Studi kasus yang diteliti sebelumnya terdapat di bank sedangkan penelitian ini di BMT yang manajemennya jelas berbeda dengan bank.
2. Selain itu, perbedaannya terletak pada variabel yang diteliti oleh Ferlina Ariyani, variabel X terdiri dari Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk, dan pada skripsi yang disusun oleh Dinda Monika Mediana Bahri, variabel X terdiri dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional, sedangkan pada penelitian ini variabel Xnya adalah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan mitra.
3. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Fred Selness dan Cornell, yaitu perusahaan yang diteliti sebelumnya adalah perusahaan barang sedangkan penelitian ini meneliti perusahaan jasa.

Dari perbedaan tersebut, maka penulis akan menganalisa apakah kualitas pelayanan dan kepuasan mitra pada BMT Al-Fath IKMI sebagai perusahaan jasa berpengaruh pada loyalitas mitra di BMT tersebut.

Adapun hipotesis sementara dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mitra.

H1 : Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mitra.

H2 : Tidak ada pengaruh yang positif antara kepuasan dengan loyalitas mitra

H3 : Terdapat pengaruh yang positif antara kepuasan dengan loyalitas mitra

E. Kerangka Teori

Pada dasarnya setiap lembaga keuangan yang didirikan bertujuan untuk memperoleh keuntungan, keuntungan ini tidak hanya di pihak

lembaga itu sendiri, tapi lebih luasnya bagi pihak-pihak terkait yang ikut berpartisipasi dalam mengembangkan lembaga tersebut. Kualitas pelayanan yang baik hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan jasa dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menginvestasikan hartanya atau melaksanakan pembiayaan di lembaga tersebut. Dalam penelitian ini teori yang dipakai adalah tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas mitra yang sesuai dengan hukum bisnis syari'ah.

Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan mitra serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan mitra. Sedangkan loyalitas mitra adalah kepercayaan dan kesetiaan mitra yang menggunakan produk atau jasa dalam sebuah perusahaan jasa.

Program pelayanan mitra (*customer service*) di sebuah BMT bagi para mitranya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian mitra atas pelayanan yang diterima, seperti: penampilan dan kerapian karyawan (bukti langsung), kemampuan karyawan dalam menanggapi masalah yang dihadapi mitra (keandalan), kesungguhan karyawan dalam membantu mitra (daya tanggap), profesionalisme karyawan dalam bekerja (jaminan), keramahan dan kesopanan dalam menghadapi mitra (empati).

Beberapa prinsip atau akidah dan teknik manajemen tentang kualitas pelayanan dan kepuasan yang ada relevansinya dengan kaedah Islam akan mempengaruhi loyalitas mitra dengan perusahaan, khususnya BMT sebagai perusahaan jasa yang notabene berbasis syar'i.

Dengan demikian, nasabah yang menjadi mitra bisnis di BMT akan merasakan dampak dari indahnya berbisnis secara Islami yang dianut oleh BMT dan dengan senang hati merekomendasikan kepada calon mitra lain untuk menjadi mitra bisnis BMT.

F. Metodologi Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan mitra terhadap kinerja kualitas pelayanan yang dilakukan oleh BMT Al-Fath IKMI, kepuasan mitra BMT Al-Fath IKMI dan seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas mitra. Penelitian ini bersifat eksplensif atau menerangkan kerana bertujuan untuk menentukan hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

2. Metode Penentuan Sampel

Penelitian ini adalah penelitian sampel, sebab dalam penelitian ini hanya meneliti sebagian dari jumlah populasi dan hasil penelitiannya akan digeneralisasikan pada seluruh populasi. Populasi yaitu jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti.⁶ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mitra BMT Al-Fath IKMI Ciputat.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan teknik simple random sampling dimana dalam teknik penentuan sampel ini tidak ditentukan kriteria khusus dari mitra BMT Al-Fath IKMI, pemilihan responden dilakukan secara acak, dengan syarat mitra bila dipandang memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Adapun jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 30 responden. Responden ini adalah mitra tetap BMT Al-Fath IKMI.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa cara yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Adapun metode yang dipakai yaitu, wawancara dan menyebarkan kuisioner.

⁶ Istijanto, "Aplikasi Praktis Riset Pemasaran", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 113

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas mitra. Adapun data tersebut bisa diklasifikasikan menjadi dua cara, yaitu:

a. Data primer

Data primer dikumpulkan melalui observasi, yaitu peneliti meneliti langsung ke lokasi objek penelitian tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini, wawancara ke narasumber yang bersangkutan dan menyebarkan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan adalah sebagai berikut: hasil pengisian angket, mempelajari hasil wawancara, studi kepustakaan yaitu dengan membaca buku-buku teks, catatan kuliah, jurnal-jurnal dan lain sebagainya yang penulis anggap perlu dalam penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh melalui studi pustaka dan studi lapangan akan diperiksa kelengkapannya kemudian dipilah-pilah berdasarkan satuan konsep, kategori, atau tema tertentu. Dalam hal ini data yang diperlukan disisihkan sehingga hanya yang akan diperlukan saja yang akan dipakai.

b. Display Data

Mengingat banyaknya data yang harus dianalisis dan untuk mengurangi tingkat kesulitan dalam pemaparan dan penegasan kesimpulan, maka perlu dibuat sketsa, grafik, sehingga keseluruhan data dan bagian-bagian rinciannya dapat dipetakan dengan jelas.

c. Kesimpulan

Data yang telah dipolakan dan disusun secara sistematis, baik melalui penentuan tema maupun yang telah dibuat sketsa dan matriknya akan dianalisis dan kemudian diambil kesimpulan sehingga makna data dapat ditemukan.

G. Sistematika Penelitian

Untuk ketertiban pembahasan serta untuk mempermudah penganalisaan materi dalam skripsi ini, maka penelitian akan dijelaskan dalam sistematika penulisan sebagai gambaran singkat isi dari skripsi ini. Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dan setiap sub bab mempunyai pembahasan masing-masing yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Adapaun urutan per-babnya diuraikan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesa, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN TEORITIS KONSEP KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS

Dalam bab ini memuat tentang konsep kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas mitra serta landasan syari'ah dari ketiga variabel tersebut. Selain itu, juga dipaparkan tentang metode penelitian empirik dan variabel penelitian.

BAB III GAMBARAN UMUM BMT AI-FATH IKMI

Dalam bab ini dipaparkan secara singkat sejarah berdirinya BMT AI-Fath IKMI, visi, misi dan tujuan, struktur organisasi, manajemen BMT AI-Fath IKMI

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang profil responden, hasil pengolahan data yang terkumpul, pengujian hipotesis. hasil dari pengujian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diteliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mitra, tapi tingkat signifikansinya rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BMT Al-Fath IKMI tidak berpengaruh simultan terhadap loyalitas mitra. Angka signifikansinya sebesar $0.751 > 0.005$, hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan menolak H_1 .
2. Ada hubungan yang sangat signifikan antara kepuasan dengan loyalitas mitra, dan tingkat signifikansinya sangat kuat. Sehingga salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas mitra di BMT Al-Fath IKMI adalah kepuasan mitra yang telah menjadi mitra bisnis BMT. Artinya menerima H_3 dan menolak H_2 karena angka signifikansinya sebesar $0.001 < 0.005$.

Secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kepuasan mempengaruhi loyalitas sebesar 36.9%, tingkat pengaruhnya tidak simultan mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi loyalitas mitra diluar model yang sedang diteliti ini yaitu sebesar 63.1%. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas mitra tersebut antara lain, citra BMT, produk, iklan, kedekatan emosional, nilai mitra dan lain-lain.

Dari hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BMT Al-Fath IKMI ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, di mana kedua faktor (kualitas pelayanan dan kepuasan) berpengaruh positif tapi tidak simultan.

B. Saran

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, baik dari survey lapangan, maupun dari hasil pengolahan data yang telah diperoleh, maka peneliti merekomendasikan beberapa saran, sebagai berikut:

- a. Untuk pihak BMT Al-Fath IKMI, agar meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mitra, karena dari hasil penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mitra walaupun positif tetapi tidak simultan.
- b. Untuk peneliti berikutnya disarankan untuk menambah model variabel independen lainnya selain kualitas pelayanan dan kepuasan. Hal ini dikarenakan masih banyak model dari variabel independen selain kedua model tersebut yang mempengaruhi loyalitas mitra BMT Al-Fath IKMI, seperti citra, produk, iklan, dan lain-lain.
- c. Untuk akademisi semoga hasil penelitian ini dapat menjadi khasanah ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- DEPAG RI. *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Bandung: Syaamil, 2005
- Abu Daud as-Sijistani Sulaiman Bin al-Asy'ats, *Sunan Abi Daud*, Beirut: Dar al-Fikr, t.th, juz. 2, h. 717
- An-Nasa'i, Abu 'Abdurrahman, *Sunan an-Nasa'i al-Kubra*, Beirut: Dar al-Kitab al-'Alamiyah, 1991, Juz. 7
- Amalia, Euis, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam. Penguatan Peran LKM dan UKM Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009
- Amrin, Abdullah, S.E., *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah; Memenangkan Persaingan Usaha Bisnis Asuransi dan Bank Syariah Secara Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2007
- Bagia, I Wayan, *Konsep dan Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa*, Journal of Maketing: Mei, 2003, Vol. 3, No. 2
- Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002
- Ety Rochaety, Ratih Tresnati, H. Abdul Madjid Latief, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*
- F. Reichheld, Frederick, *The Loyalty Effect*, Boston: Harvard Business School Press, 1996, pp. 105-117
- Fornell, C. Johnson. MD Anderson, EW Cha and Bryant BE, " *The Johnsonmerican Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings*", Journal of Marketing, 1996, Vol. 60
- Gitomer, Jeffrey, *Customer Satisfaction Is Worthless: Customer Loyalty Is Priciples: How to Make Customers Love You, Keep Them Coming Back and Teel Everyone They Now* Austin, TX: Bard Press, 1998.
- Gunara, Thorik, Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Nabi Muhammad S.A.W*, Bandung: Madania Prima, 2008
- Hafidhuddin, Didin, Hendri Tanjung. *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2008

- Heizer, Jay dan Barry Render. *Manajemen Operasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Hosen, M. Nadraturzaman, AM Hasan Ali, A. Bahrul Muhtasib. *Materi Dakwah Ekonomi Syariah*. Jakarta: PKES, 2008
- Hubies, Musa, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009
- Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2009
- Kasmir, S.E. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008
- Khotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005, edisi ke sebelas
- _____, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Indeks, 1999, edisi pertama
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks, 2005
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Nazir, Mohammad, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005
- Muhammad, *Menejemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 2003
- Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta Press, 2011
- Sholahuddin, Muhammad, Lukman Hakim, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syari'ah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2008
- Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L Berry, "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 1988, Vol. 64, p. 12-40
- Sopiah dan Syihabudhin, SE, M.Si, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: ANDI, 2008
- Selnes, Fred, "An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, 1993, p. 19-35

Sa'ad Marthon Said, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Riyadh: Maktabah Ar-Riyadh, 2001

Sudarsono. Heri, *Bank dan Lembaga-Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: EKONISIA, 2008

Suhartono, Dwi. Agustinus Februadi dan Santoso Sanjaya, "*Analisis Hubungan antara Kepuasan Konsumen, Citra Hotel dan Hubungan Pribadi dengan Kesetiaan Pelanggan di Industri Hotel*", Tata Niaga. Vol. II, No. 2, 2000.

Ridwan, Muhammad, *Menejemen Baitul Maal Wa-Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, "*Service, Quality, and Statisfaction*", (Yogyakarta: Liberty, 2000), Edisi ke-2

Tjiptono, Fandy, *Service Management*, Yogyakarta: ANDI, 2008

_____, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997

_____, *Prinsip-prinsip Total Quality*, Yogyakarta: ANDI, 2004

"Profil BMT Al-Fath IKMI", <http://www.bmtalfath.com/index.php?peji=profil>, diakses tanggal 14 Juni 2012

"Produk dan Layanan BMT Al-Fath IKMI", <http://www.bmtalfath.com/index.php?peji=produk>, diakses tanggal 14 Juni 2012

W.H Grant, Alan dan Leonard H. Schlesinger, "*Realize Your Customer's Full Profit Potential*", (Harvard: Harvard Business review, 1973), September-Oktober, p. 69-75

Wawancara dengan Manajer BMT Al-Fath IKMI, Saimin, Ciputat, 10 Maret 2012