



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN BAGI HASIL**

**TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA**

***BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) TUMANG***

**CABANG GRABAG MAGELANG**

**SKRIPSI**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat**

**Memperoleh Gelar Akademik Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**Samsul Huda**

**NPM: 16510075**

**Dosen Pembimbing:**

**Prof.Dr.Dra.Hj.Edy Dwi Kurniati, SE, MM    NIDN: 0-6060962-01**

**Nunuk Supraptini, SE, MM**

**NIDN:0-6140866-01**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI**

**(UNDARIS)**

**2023**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN BAGI HASIL TERHADAP**  
**KEPUASAN ANGGOTA**  
***BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) TUMANG***  
**CABANG GRABAG MAGELANG**

Oleh:

Samsul Huda

NPM: 16510075

Bahwa skripsi ini layak diujikan. Telah mendapatkan persetujuan pada tanggal 14 April 2023.

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE, MM  
NIDN: 0-6060962-01



Nunuk Supraptini, SE, MM  
NIDN: 0-6140866-01

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Sri Rahayu, SE, M.Si  
NIDN : 0-6060569-01

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN BAGI HASIL  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA  
BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) TUMANG  
CABANG GRABAG MAGELANG**

Oleh:

Samsul Huda

NPM: 16510075

Skripsi ini telah diajukan dan mendapatkan pengesahan pada tanggal 14 April 2023.

Tim Penguji Ketua



Dr. Eka Handariani, SE., MM

NIDN: 0-6070476-01

Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE, MM

NIDN: 0-6060962-01

Dosen Pembimbing Pendamping



Nunuk Supraptini, SE, MM

NIDN: 0-6140866-01

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Samsul Huda

NPM : 16.51.0075

Mahasiswa Program : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tahun Akademik : 2021/2022

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA *BAITUL MAAL WA TAMWIL* (BMT) TUMANG CABANG GRABAG MAGELANG

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi pembatalan ijazah dan pencabutan gelar akademik.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Ungaran, 2023



Samsul Huda

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Berdoalah, Allah mendengarmu. Bersabarlah karena Allah akan menjawab doamu pada waktu yang tepat.”

Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa “ ( Ridwan Kamil )

Kupersembahkan Skripsi saya ini untuk :

1. Bapak Ibu beserta keluarga tercinta;
2. Istri dan anakku tersayang;
3. Teman – teman BMT Tumang Cabang Grabag dan BMT Tumang Cabang Suruh;
4. Seluruh sahabat, teman-teman & rekan;

## ABSTRAK

BMT Tumang adalah salah satu dari banyak Lembaga keuangan yang ada di Indonesia. BMT Tumang sendiri telah berdiri sejak tahun 1998 di Jawa Tengah yang berpusat di Dusun Tumang Boyolali Jawa Tengah. Dalam perkembangannya BMT Tumang terus berbenah sehingga menghasilkan produk yang diinginkan para anggotanya berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al – Qur'an dan Sunnah RasulNya. Namun, karena BMT Tumang berorientasi sosial agama, maka tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (*profit*). Sehingga kepuasan anggotanya menjadi menurun seperti belum adanya mesin atm dan layanan m-banking, sistem bagi hasil yang belum jelas.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Alat analisa yang digunakan adalah validitas, reliabilitas, korelasi, determinasi, uji t dan f. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah di BMT Tumang Cabang Grabag pada tahun 2018, 2019 dan 2020 yang masih berstatus anggota aktif menabung dan melakukan transaksi pembiayaan yaitu sebanyak 70 anggota yang didapat dengan rumus slovin.

Kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabag Grabag Magelang. Dengan nilai koefisien korelasi masing-masing untuk kualitas pelayanan sebesar 0,556, produk sebesar 0,545, dan bagi hasil sebesar 0,530 yang apabila diinterpretasikan kecenderungannya termasuk dalam kategori sedang. Selain itu Kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil juga mempunyai pengaruh terhadap terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabag Grabag Magelang yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,535, produk sebesar 0,554, dan bagi hasil sebesar 0,554. Pengaruh Kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil juga mempunyai pengaruh terhadap terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabag Grabag Magelang yang ditunjukkan dari hasil uji determinasi sebesar 54,5% dengan nilai F hitung hitung sebesar 28,57 yang lebih besar daripada F tabel yaitu sebesar 3,140 ( $28,57 > 3,140$ ) dengan nilai signifikansi ( $p$ ) 0,00 lebih kecil dari 0,05

Saran dari penelitian ini adalah diharapkan BMT Tumang Cabang Grabag Magelang kedepannya dapat mengembangkan prodaknya menyesuaikan kebutuhan dan perkembangan jaman. Selain itu, BMT Tumang Cabag Grabag Magelang menaikkan nilai bagi hasil untuk para anggotanya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Produk, Bagi Hasil, Kepuasan Anggota

## ABSTRACT

*BMT Tumang is one of the many financial institutions in Indonesia. BMT Tumang itself has been established since 1998 in Central Java which is centered in Tumang Boyolali Hamlet, Central Java. In its development, BMT Tumang continues to improve so that it produces the products desired by its members based on the provisions that have been set by the Qur'an and the Sunnah of His Messenger. However, because BMT Tumang is socio-religiously oriented, it cannot be manipulated for business purposes or profit. So that the satisfaction of its members has decreased. So that the satisfaction of its members has decreased such as the absence of ATM machines and m-banking services, the profit sharing system is not yet clear.*

*According to Sangadji and Sopiah (2013) explained that satisfaction or dissatisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment which comes from a comparison between his impression of real or actual product performance and expected product performance. In general, satisfaction can be interpreted as the similarity between the performance of products and services received and the performance of products and services expected by consumers. The purpose of this study is to determine the effect of service quality, product and profit sharing on the satisfaction of members of BMT Tumang Grabag Branch.*

*The sampling technique used in this study was simple random sampling. The analytical tools used are validity, reliability, correlation, determination, t and f tests. The population in this study is the number of customers at BMT Tumang Grabag Branch in 2018, 2019 and 2020 who are still active members of saving and conducting financing transactions, namely as many as 70 members obtained by the slovin formula.*

*The quality of service, products and profit sharing together affect the satisfaction of BMT Tumang Cabag Grabag Magelang members. With the value of the correlation coefficient for service quality of 0.556, product of 0.545, and profit sharing of 0.530 which when interpreted tends to be included in the moderate category. In addition, the quality of service, products and profit sharing also has an influence on the satisfaction of BMT Tumang Cabag Grabag Magelang members which is shown by the value of the regression coefficient for service quality of 0.535, products of 0.554, and profit sharing of 0.554. The influence of quality of service, products and profit sharing also has an influence on the satisfaction of BMT Tumang Cabag Grabag Magelang members which is shown from the results of the determination test of 54.5% with a calculated F value of 28.57 which is greater than the F table of 3,140 ( $28.57 > 3,140$ ) with a significance value (p) of 0.00 smaller than 0.05.*

*The suggestion from this research is that it is hoped that BMT Tumang Grabag Magelang Branch in the future can develop its products according to the needs and developments of the times. In addition, BMT Tumang Cabag Grabag Magelang raises the revenue sharing value for its members.*

*Keywords : Quality of Service, Product, Revenue Share, Member Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati dan ucapan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia hikmat dan pengetahuan serta bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt) Tumang Cabang Grabag Magelang**

Penulisan ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis UNDARIS. Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, motivasi dan perhatian dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi penulis. Tidak ada sesuatu yang patut penulis berikan selain ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Hono Sejati, SH,M.Hum. selaku Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Ibu Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS
3. Prof.Dr.Dra.Hj.Edy Dwi Kurniati, SE,MM selaku pembimbing pertama yang dengan sabar membimbing serta menyumbangkan saran pemikiran yang sangat berguna dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis haturkan banyak terimakasih.
4. Nunuk Supraptini, SE, MM Selaku pembimbing kedua yang dengan segala kesabarannya telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini, penulis haturkan banyak terimakasih.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS).



6. Seluruh teman-teman Progam Studi S-1 Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS yang telah memberikan motivasi dan semangat bagi penulis selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat kemampuan dan pengetahuan penulis yang sangat terbatas. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Ungaran, 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
F. Definisi Operasional.....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Kepuasan Anggota.....	13
2. Kualitas Pelayanan .....	18
3. Produk.....	26
4. Bagi Hasil .....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian .....	41
C. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian.....	42
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	44
E. Jenis dan Sumber Data .....	46
F. Teknik Pengumpulan Data .....	47
G. Analisis Data .....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
1.    Sejarah Singkat Berdirinya BMT Tumang.....	59
2.    Visi Misi BMT Tumang .....	60
3.    Identitas Umum .....	62
4.    Struktur Organisasi.....	64
B.    Hasil Penelitian .....	65
1.    Identifikasi Responden .....	65
2.    Analisis Data .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A.    Kesimpulan.....	89
B.    Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil.....	34
Tabel 2.2 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.6 Hubungan X1 dengan Y.....	68
Tabel 4.7 Hubungan X2 dengan Y.....	69
Tabel 4.8 Hubungan X3 dengan Y.....	70
Tabel 4.9 Hubungan X1, X2, X3 dengan Y.....	71
Tabel 4.10 Persamaan regresi X1 terhadap Y.....	72
Tabel 4.11 Persamaan regresi X2 terhadap Y.....	73
Tabel 4.12 Persamaan regresi X3 terhadap Y.....	74
Tabel 4.13 Persamaan regresi berganda.....	76
Tabel 4.14 Hasil uji determinasi .....	78
Tabel 4.15 Hasil uji t.....	79
Tabel 4.16 Hasil uji f.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 3.1 Uji t Parsial.....	56
Gambar 3.2 Uji f Simultan .....	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	63
Gambar 4.2 Gambar Uji t Variabel X1 .....	80
Gambar 4.3 Gambar Uji t Variabel X2 .....	81
Gambar 4.4 Gambar Uji t Variabel X3 .....	82
Gambar 4.5 Gambar Uji f.....	83

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Usia Responden .....	64
Grafik 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	65
Grafik 4.3 Pendidikan Responden.....	66
Grafik 4.4 Lama Menjadi Anggota .....	66
Grafik 4.5 Pekerjaan Responden.....	67

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan yang kegiatannya utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan. Menurut Muhammad Solahuddin (2014) BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara Konseptual BMT memiliki dua fungsi yaitu *baitul tamwil* (*bait* = rumah, *at tamwil* = pengembangan harta) yang artinya melakukan kegiatan pengembangan usaha – usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dalam mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. *Baitul maal* (*bait* = rumah, *maal* = harta) yaitu menerima titipan dana *zakat*, *infak*, *shadaqoh* serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha – usaha pengumpulan dan penyaluran dana non-profit seperti *zakat*, *infak*, *shodaqoh* (ZIS). Sedangkan *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha – usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai

lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah yaitu berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al – Qur'an dan Sunnah RasulNya. Karena berorientasi sosial agama, maka tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (*profit*).

Secara yuridis, koperasi syariah di Indonesia belum memiliki payung hukum yang mengatur secara khusus mengenai koperasi syariah di Indonesia dalam bentuk Undang-undang. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Koperasi sama sekali tidak ada mengatur ataupun menyinggung mengenai keberadaan koperasi syariah ini. Namun demikian, dalam prakteknya, berdasarkan peraturan-peraturan yang muncul dan kedudukannya berada di bawah undang- undang, yakni Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, koperasi syariah banyak yang berdiri dan beroperasi selayaknya lembaga koperasi namun dengan dilandaskan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, koperasi syariah juga diatur dalam Keputusan Menteri Koperasi RI No. 91 /Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Peraturan atau keputusan menteri mengenai koperasi syariah hanya merupakan peraturan operasional, sedangkan payung hukumnya sendiri dalam bentuk undang-undang belum ada.

BMT Tumang adalah salah satu dari banyak Lembaga keuangan yang ada di Indonesia. BMT Tumang sendiri telah berdiri sejak tahun 1998 di Jawa Tengah yang berpusat di Dusun Tumang Boyolali Jawa Tengah. BMT Tumang sampai saat ini sudah memiliki beberapa cabang di berbagai kota diantaranya yaitu Boyolali, Tumang, Salatiga, Suruh, Tegal Rejo Magelang, Suruh,



Kartasurta, Andong, Selo, Simo, Musuk, Dukun, Delanggu, Jatinom, Wedi dan masih banyak lagi lainnya.

Keberhasilan atau kemajuan suatu organisasi atau BMT Tumang tidaklah lepas dari kepuasan para anggotanya. Adapun cara dalam menciptakan kepuasan anggota itu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan menciptakan atau memberikan produk yang bersaing, dan memberikan bagi hasil atau bagi hasil yang tinggi kepada anggota. Apabila itu terwujud, maka dapat dipastikan anggota akan merasa puas.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Jika kinerja dibawah harapan maka anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka anggota akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka anggota akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan anggota adalah memberikan nilai anggota yang tinggi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Faktor pertama yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan anggota yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari para nasabah atau anggota. Kualitas merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Sangadji, 2013). Dalam menjalankan aktivitasnya BMT Tumang Cabang Grabag Magelang menjalani beberapa proses untuk menyetujui pembiayaan anggota yaitu Pembiayaan *Musyarakah* dan *Murabahah*. Pembiayaan *Musyarakah* yaitu *Syairkah* secara bahasa berarti *al-ikhtilath* yang artinya adalah campur atau pencampuran. Istilah pencampuran disini mengandung pengertian pada seseorang yang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain, sehingga tidak mungkin untuk dibedakan (Qomarul Huda, 2011). Istilah lain dari *musyarakah* adalah *syarikah* atau *syairkah* yaitu kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing – masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Sedangkan Pembiayaan *Murabahah* adalah akad dalam syariah Islam yang menetapkan harga produksi dan keuntungan ditetapkan bersama oleh penjual dan pembeli. Sehingga skema akad *murabahah* adalah transparansi penjual kepada pembeli. Pembiayaan *murabahah* membuat pembeli mengetahui harga produksi suatu barang dan besaran keuntungan penjual.

Permasalahan yang terjadi di BMT Tumang cabang Grabag Magelang yaitu proses layanan pembiayaan yang tergolong lama. Dalam hal ini untuk menilai bagaimana mekanisme pengajuan pembiayaan yang ada di BMT

Tumang cabang Grabag Magelang adalah harus menilai layak dan tidaknya barang/agunan yang akan di jadikan jaminan dalam pembiayaan, keyakinan atau kemampuan dan kesanggupan oleh anggota untuk melunasi kredit sesuai dengan perjanjian (akad). Barang - barang yang akan di agunankan itu benar-benar milik sendiri dan prosedurnya juga harus sesuai dengan prinsip syariah yang sudah diterapkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari (2018) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Anik Nurhanifah, Sutopo (2014) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan.

Faktor kedua yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan anggota yaitu produk. Menurut Kotler & Keller (2016), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Menurut John W. Mullins dan Orville C. Walker (2013), suatu produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memenuhi keinginan atau kebutuhan melalui penggunaan, konsumsi atau akuisisi. Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa produk merupakan hasil akhir dari rangkaian proses produksi yang dapat berupa barang atau jasa dan dapat digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen. Produk-produk yang ada dalam BMT Tumang cabang Grabag Magelang menggunakan sistem *nisbah* atau presentase bagi hasil pada *akad mudharabah* yang pasti sesuai dengan prinsip syariah islam. Dengan *nisbah* bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada lembaga keuangan

dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua belah pihak lembaga keuangan maupun anggota (Anshori, 2018).

Dalam hal ini, BMT Tumang Cabang Grabag harus berusaha seoptimal mungkin dapat menarik perhatian dan simpatik masyarakat, baik dalam menghimpun dana maupun menambah jumlah nasabah. Salah satu cara untuk menghimpun dana adalah dengan menawarkan produk tabungan. Keunikannya Produk yang ditawarkan oleh BMT Tumang Cabang Grabag semakin beragam, dengan memberikan berbagai kemudahan-kemudahan dan prosentase bagi hasil yang kompetitif. Seperti halnya pada BMT Tumang Cabang Grabag yang mempunyai beragam produk serta kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan untuk nasabahnya. Adapun produk-produk yang ditawarkan BMT Tumang Cabang Grabag dalam menghimpun dana dari masyarakat yakni giro *wadhiah*, tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*, sedangkan produk-produk pembiayaan yang diterapkan dalam BMT Tumang Cabang Grabag meliputi pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *ba'i bitsamanil ajil*, dan *rahn/gadai*. Ragam produk serta kemudahan dalam bertransaksi dan penerapan konsep syariah di berbagai produk di BMT Tumang Cabang Grabag merupakan salah satu proses peningkatan kualitas produk yang ditawarkan untuk nasabah.

Survey yang dilakukan peneliti pada awal bulan Januari 2021 bahwa anggota merasa kurang puas karena belum adanya fasilitas M-Banking dan ATM. Karena sebagian Anggota berada di wilayah pedesaan, sehingga jika sewaktu – waktu anggota yang membutuhkan dana darurat harus pergi ke kantor cabang terdekat untuk mencairkan atau mengambil uangnya. Hal tersebut

membutuhkan waktu yang lumayan lama dan tidak praktis.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari (2018) produk tidak berpengaruh signifikan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifai (2016) produk berpengaruh positif signifikan.

Menurut Kasmir (2012) Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) yang harus di bayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Pembebanan besarnya suku bunga kredit dibedakan pada jenis kreditnya. Penggunaan metode perhitungan yang akan digunakan, sangat mempengaruhi jumlah bunga yang akan dibayar. Jumlah bunga yang dibayar akan mempengaruhi jumlah angsuran per bulan, dimana jumlah angsuran terdiri dari utang/pinjaman pokok dan bunga (Kasmir, 2012). Berdasarkan pendapat para ahli diatas karena BMT Tumang Cabang Grabag menggunakan sistem syariah, maka bunga pinjaman anggota diganti dengan sistem bagi hasil bagi anggota. Hal ini di perkuat oleh adanya fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya sistem bunga bank adalah haram karena didalamnya terdapat unsur riba. Dasar penerapan bagi hasil lainnya adalah larangan riba seperti terdapat dalam *Al Qur'an (QS. Al-Baqarah 2:275-276)*.

Faktor ketiga yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan anggota yaitu Bagi Hasil. Bagi hasil atau *profit loss sharing* adalah prinsip pembagian laba yang diterapkan dalam kemitraan kerja, dimana posisi bagi hasil ditentukan pada saat akad kerjasama. Sedangkan Menurut (Al Qardhawi, 2001) “bagi hasil

adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Jika usaha mendapatkan keuntungan, porsi bagi hasil adalah sesuai dengan kesepakatan, namun jika terjadi kerugian maka porsi bagi hasil disesuaikan dengan kontribusi model masing-masing pihak. Dasar yang digunakan dalam perhitungan bagi hasil adalah berupa laba bersih usaha, setelah dikurangi dengan biaya operasional. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktek lembaga keuangan syariah. Akan tetapi selama ini sebagian besar anggota belum mengetahui mengenai system hasil yang diterapkan di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang.

Keuntungan yang dibagi dihasilkan harus dibagi secara proporsional antara *shahibul maal* dengan *mudharib*. Kerja sama para pihak dengan sistem bagi hasil harus dilaksanakan dengan transparan dan adil. Hal ini disebabkan untuk mengetahui tingkat bagi hasil pada periode tertentu. Pada tahap perjanjian kerja sama ini disetujui oleh para pihak, maka semua aspek yang berkaitan dengan usaha harus disepakati dalam kontrak agar antar pihak dapat saling mengingatkan. Namun sebaliknya jika pada tahap perjanjian ini prosedur yang sudah disepakati tidak sesuai dengan ketentuan tentunya akan menimbulkan ketidakpuasan khususnya bagi anggota atau nasabah. Oleh karena itu pemahaman pihak BMT Tumang Cabag Grabag terhadap nasabah sangat penting dilakukan agar tingkat kepuasan anggota selaku pengelola usaha tetap terjaga.

Berdasarkan uraian pada latar belakan masalah tersebut, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul ” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Di Bmt Tumang Cabang Grabag Magelang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang ?
2. Adakah pengaruh produk terhadap terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang ?
3. Adakah pengaruh bagi hasil terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang ?
4. Adakah pengaruh kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang .
  - b. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang .
  - c. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang .
  - d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi peneliti

Sebagai ajang latihan untuk melatih daya nalar dan mengasah intelektualitas peneliti. Serta sebagai sarana menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima di bangku kuliah.

### b. Bagi BMT Tumang Cabang Grabag Magelang

Sebagai masukan organisasi dalam mengambil keputusan dalam bidang pemasaran, khususnya dalam hal kualitas pelayanan, bagi hasil dan produk serta, kepuasan anggota

### c. Bagi UNDARIS

Sebagai tambahan *khazanah* keilmuan yang utamanya di bidang Pemasaran serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian mahasiswa selanjutnya guna lebih melengkapi penelitian ini.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis agar dapat mempermudah bagi pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian ini masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional serta sistematika penulisan.



## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari Kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, indikator penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

### **F. Definisi Operasional**

#### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. (Kotler, 2019)

#### 2. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan (Tjiptono, 2014)

#### 3. Bagi Hasil

Menurut Al Qardhawi (2001) “bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat

#### 4. Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. (Kotler dan Keller, 2018)

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Kepuasan Anggota**

###### **a. Pengertian Kepuasan Anggota**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. (Kotler dan Keller, 2018). Sedangkan menurut Tjiptono (2014), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin *Satis* yang berarti cukup baik, memadai dan *Facio* yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Pertama, yaitu jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan kecewa. Kedua, jika kinerja sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas. Ketiga, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan merasa sangat puas, senang atau gembira.

Anggota yang dimaksud pembahasan ini adalah nasabah atau pelanggan, yaitu pihak (orang atau lembaga) yang menggunakan jasa

BMT, baik produk simpanan maupun pembiayaan. Kreditur adalah nasabah yang memiliki simpanan dan debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian lembaga keuangan dengan nasabah yang bersangkutan (UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan).

#### **b. Indikator Kepuasan**

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2018) terdapat enam indikator dalam mengukur kepuasan nasabah, seperti :

- 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Kepuasan nasabah keseluruhan dapat diukur dengan cara yang mudah yaitu langsung menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam mendapatkan pelayanan di lembaga keuangan syariah. Seperti menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan di lembaga keuangan syariah atau tidak.

- 2) Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah

Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah-milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama, melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa lembaga keuangan syariah berdasarkan item-item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan

pelayanan, keramah tamahan karyawan, dan fasilitas fisik dari lembaga keuangan syariah tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Konfirmasi harapan dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah apakah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah.

4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di lembaga keuangan syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

5) Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesiediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah tersebut juga.

6) Ketidakpuasan pelanggan/nasabah (*Dissatisfaction Customer*)

Aspek–aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah adalah komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke lembaga keuangan lain. Oleh karena itu, hendaknya lembaga keuangan syariah menyediakan

sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti adanya customer service, call center dan kotak saran.

**c. Dimensi Tingkat Kepuasan**

- 1) Keterandalan atau ketepatan waktu, dan komunikatif dengan anggota.
- 2) Kesigapan dalam melayani anggota dan penanganan keluhan anggota.
- 3) Jaminan atau keramahan, perhatian, kesopanan, prestasi dan reputasi lembaga.
- 4) Empati atau kemudahan menghubungi lembaga.
- 5) Penampilan pekerja.

**d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Tony Wijaya (2011) mendefinisikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang diisi langsung maupun yang

dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghostshopper*) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan *costumer loss rate* juga penting karena customer lossrate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan diperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan jugamemberikan signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Goetsch & Davis dalam Tjiptono & Chandra (2016) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Kotler (2019) Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Manfaat Kualitas menurut Edvardsson dalam Tjiptono dan Chandra (2016) Produktifitas biasanya selalu dikaitkan dengan kualitas dan profitabilitas. Meskipun demikian, ketiga konsep ini memiliki penekanan yang berbeda beda.

- 1) Produktivitas menekankan pemanfaatan (*utilisasi*) sumber daya, yang sering kali di ikuti dengan penekanan biaya dan rasional modal. Fokus utamanya terletak pada produksi atau operasi.
- 2) Kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah *customer utility*.



3) Profitabilitas merupakan hasil dari hubungan antarapenghasilan (*Income*), biaya dan modal yang digunakan.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

#### **b. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan tidak hanya memberi kepuasan pelanggan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai keislaman atau syariat guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu ketentuan syariat. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat kepada hukum syara“ dalam menjalankan setiap aktivitas maupun memecahkan setiap perusahaan (Freddy, dalam Idris, 2013). Oleh karena itu variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariat sebagai standar penilaian atas teori tersebut. (Zeithami dan Parasuraman dalam Tjiptono,2012) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu:

1) *Tangible* ( fasilitas fisik)

*Tangible* adalah bukti fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (Fandy dan Gregorius, 2012). Maksudnya adalah salah satu bentuk kelengkapan fisik mulai dari peralatan, perlengkapan, serta sarana dan prasarana lainnya. Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangible* ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Salah satu cacatan penting bagi pelaku pelayanan publik, bahwa dalam menjalankan operasionalnya haruslah memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola atau petugasnya dalam hal penampilan yang sesuai dengan tuntutan syariat.

Dimensi *tangibles* adalah suatu lingkungan fisik di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan front-office, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

2) *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, atau *Reliability* adalah kemampuan untuk

memberikan jasa dengan segera dan memuaskan (Fandy dan Gregorius,2012). Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidaksesuai dengan yang dijanjikan, jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat. Maksudnya adalah bagaimana keandalan untuk melakukan pelayanan dengan selalu bersikap sopan dan ramah sehingga memuaskan nasabah. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh suri tauladan yang baik bagi umat yang bisa dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas menurut Freddy (dalam Idris, 2013).

### 3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Maksudnya adalah keinginan dan kesediaan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memeberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap (Fandy dan Gregorius, 2012). Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen, jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4) *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dan diandalkan yang dimiliki oleh karyawan, atau *Assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa (Fandy dan Gregorius, 2012). Komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5) *Emphaty*

*Emphaty* yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang efektif, perhatian personal dan memahami kebutuhan pelanggan (Fandy dan Gregorius, 2012). *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*aces*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk

menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

**c. Ciri-ciri pelayanan yang baik**

Setiap lembaga keuangan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh BMT sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal (Kasmir, 2005).

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh CS, yaitu:

1) Tersedia sarana dan prasaran yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasana yang dimiliki oleh lembaga keuangan. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan lembaga keuangan.

2) Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS yang melayaninya. Petugas CS harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, petugas CS harus cepat tanggap, pandai bicar, menyenangkan serta pintar. Petugas CS juga harus mampu

memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi CS, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas CS yang dari semula mengajarkannya mengambil ahli tanggung jawabnya.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas CS harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5) Mampu berkomunikasi

Petugas CS harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas CS mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi Menjaga rahasia lembaga keuangan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas CS harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia lembaga keuangan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada lembaga keuangan.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik  
Untuk menjadi CS harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan manusia, maka CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah  
CS harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas CS yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah  
Kepercayaan calon nasabah kepada BMT mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah BMT yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan BMT umumnya.

#### **d. Indikator kualitas pelayanan**

Indikator Kualitas Pelayanan Terdapat lima indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2019) yaitu :

- 1) Bukti fisik yang nyata (*tangible*), yaitu kemampuan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar.
- 2) Keandalan, kemampuan yang disediakan oleh perusahaan pelayanan seperti yang dijanjikan, akurat dan dapat dipercaya.
- 3) Daya tanggap (*responsivity*), ini adalah kebijakan bantuan dan ketentuan pelayanan dengan mengkomunikasikan informasi yang jelas dan benar bagi pengguna.
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dan perusahaan.
- 5) Empati (*empathy*), ialah memberikan pengguna ketulusan dan perhatian pribadi atau pribadi dengan berusaha memahami kebutuhan pengguna.

### **3. Produk**

#### **a. Pengertian Produk**

Menurut Tjiptono (2014) dari sudut pandang produsen atau pemasar, produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Berdasarkan perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang diterima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasar.



## **b. Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan mencoba memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika penampilannya bukanlah yang di butuhkan dan di inginkan pasar.

Kotler dan Keller (2012) menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Jadi berdasarkan teori di atas, kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki barang atau jasa dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang mereka harapkan.

## **c. Tingkatan Produk : Hierarki Pelanggan**

Menurut kotler dan keller (2012) dalam merencanakan tawaran pasarnya, pemasar perlu memikirkan secara mendalam lima tingkat produk. Masing-masing tingkat menambahkan lebih banyak nilai pelanggan, dan kelimanya membentuk hierarki nilai pelanggan.

- 1) Tingkatan yang paling mendasar adalah manfaat inti (*core benefit*) adalah layanan atau manfaat mendasar yang sesungguhnya di pelanggan. Seorang tamu hotel istirahat dan tidur pemasar harus melihat diri mereka sebagai penyedia manfaat.

- 2) Pada tingkatan kedua, pemasar harus mengubah manfaat inti tersebut menjadi produk dasar (*basic product*). Dengan demikian, kamar hotel meliputi tempat tidur, kamarmandi, handuk, meja tulis, meja rias, dan lemari pakaian.
- 3) Pada tingkatan ke tiga, pemasar menyiapkan produk yang diharapkan (*expexted product*) yaitu beberapa atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk ini. Tamu hotel mengharapkan tempat tidur yang bersih, handuk yang bersih, lampu baca dan kadar ketenagan tertentu.
- 4) Pada tingkatan ke empat, pemasar menyiapkan produk yang di tingkatkan (*augmented product*) yang melampaui harapan pelanggan. Di Negara-negara yang sudah berkembang, persaingan dan penentuan posisi merek berlangsung pada tingkat ini.
- 5) Pada tingkatan ke lima yaitu produk yang potensial (*potential product*) yang mungkin meliputi semua argumentasi dan perubahan produk atau penawaran yang mungkin dialami dimasa depan.

#### **d. Klasifikasi Produk**

##### **1) Daya tahan dan wujud**

Produk dapat di klasifikasikan menjadi tiga kelompok (Kotler dan Keller, 2012) yaitu

- a) Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang-barang ber wujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti bird an pencuci

rambut. Karena barang-barang ini di konsumsi dengan cepat dan sering diberli, strategi yan gtepat adalah menyediakan di berbagai lokasi, hanya di kenakan sedikit kenaikan harga, dan memasang iklan besar-besaran untuk memancing orang-orang untuk mencoba dan membangun preferensi.

- b) Barang yang tahan lama (*durable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya teap bertahan walaupun sudah di gunakan berkali-kali. Produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan dan pelayanan yang lebih pribadi, mempunyai margin yang lebih tinggi, dan memerlukan lebih banyak garansi dari penjual.
- c) Jasa (*service*) adalah produk-produk yang tidak ber wujud, tidak terpisahkan, variabel,dan produk yang mudah rusak yang biasanya memerlukan control kualitas yang lebih, pemasok yang berkredibilitas dan mudah beradaptasi.

#### **e. Dimensi Kualitas Produk**

Terdapat 9 (sembilan) dimensi kualitas produk menurut Kolter dan Keler (2012) yaitu:

##### 1) *Form* (Bentuk)

Banyak produk di definisikan berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

2) *Reatures* (Fitur)

Karakteristik produk yang direncanakan untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

3) *Customization*

Pemasar dapat membedakan produk dengan menyesuaikan mereka sebagai perusahaan yang telah tumbuh, maka perusahaan terus mahir dalam mengumpulkan informasi tentang pelanggan individu dan mitra bisnis mereka dan sebagai pabrik mereka dirancang lebih fleksibel, mereka telah meningkatkan kemampuan untuk melakukan penawaran pasar, pesan, dan media secara individual.

4) *Performance Quality* (Mutu Kinerja)

Mutu kinerja adalah level berlakunya karakteristik dasar produk. Perusahaan tidak harus merancang level kinerja setinggi mungkin. Terus menerus memperbaiki produk dapat menghasilkan pendapatan dan pangsa pasar yang besar.

5) *Conformance Quality* (Mutu Kesesuaian)

Pembeli mengharapkan mutu kesesuaian yang tinggi, sejauh mana semua unit yang di produksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

6) *Durability* (Daya Tahan)

Daya tahan adalah suatu ukuran daya tahan produk yang diharapkan oleh konsumen pada masa pekerjaan dan bawah keadaan yang biasa saja atau dalam keadaan tertentu.

7) *Reability* (Keandalan)

Pembeli biasanya akan membayar lebih untuk produk yang lebihhandal. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami kerusakan atau gagal dalam jangka waktu tertentu.

8) *Repairability* (Perbaikan)

Perbaikan yang dimaksud disini adalah mengukur kemudahan dalam memperbaiki produk yang rusak atau gagal.

9) *Style* (Gaya)

Gaya menggambarkan tampilan produk dan perasaan untuk para pembeli. Hal ini menciptakan ke khasan yang sulit untuk di ikuti oleh para pesaing.

f. Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2014), mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, yaitu :

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli;
- 2) *Features* (fitur atay ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap;

- 3) *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

#### **4. Bagi Hasil**

Berdasarkan pendapat para ahli diatas karena BMT Tumang Cabang Grabag menggunakan sistem syariah, maka bunga pinjaman anggota diganti dengan sistem bagi hasil bagi anggota. Hal ini di perkuat oleh adanya fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya sistem bunga bank adalah haram karena didalamnya terdapat unsur riba. Dasar penerapan bagi hasil lainnya adalah larangan riba seperti terdapat dalam Al Qur'an QS. Al-Baqarah 2:275-276).

#### a. Pengertian Bagi hasil

Istilah bagi hasil bisa dikenal juga dengan *Profit Sharing* menurut kamus ekonomi profit sharing berarti pembagian laba. Namun secara definitif profit sharing merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Bentuk-bentuk distribusi ini dapat berupa laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya bonus prestasi dan lain-lain (Muhammad, 2004). System bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah, keuntungan yang dibagikan harus dibagi secara proporsional antara shahibul maal dan mudharib (Karim, 2004).

Dalam sistem lembaga keuangan Syariah memerankan fungsi ganda, pada tahap funding ia akan berperan sebagai mudharib oleh karenanya dana yang terkumpul harus dikelola secara optimal, namun pada financing lembaga keuangan syariah akan berperan selaku *shohibul maal* karenanya ia harus menginvestasikan dananya pada usaha-usaha yang halal dan menguntungkan. Karena untuk mengetahui tingkat bagi hasil pada periode tertentu itu tidak dapat dijalankan kecuali harus ada laporan keuangan atau pengakuan terpercaya (Ridwan, 2005). Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak lembaga keuangan syariah. Dalam hal ini, terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau salah satu pihak akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan

akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah (Ismail, 2011).

Pada tahap perjanjian kerjasama ini disetujui oleh para pihak, maka semua aspek yang berkaitan dengan usaha harus disepakati dalam kontrak agar antar pihak dapat saling mengikat (Ridwan, 2005). Pembayaran imbalan lembaga keuangan syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai mudharib atas pengelolaan dan mudharabah tersebut (Wiroso, 2005).

**b. Perbedaan bagi hasil dan bunga**

Sebagai alternatif sistem bunga pada lembaga keuangan konvensional ekonomi islam menawarkan system bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerjasama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha (Askarya, 2011).



Tabel 2.1  
Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil.

<b>BUNGA</b>	<b>BAGI HASIL</b>
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan	Penentu besarnya rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya presentase didasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Bunga dapat mengambang/variabel, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan pemnjam untung atau rugi.	Bagi hasil tergantung keuntungan usaha yang dijalankan bila usaha merugi kerugian akan ditanggung bersama.
Jumlah pembayaran tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan meningkatnya keuntugan.
Eksistensi bunga diragukan	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Sumber: Askarya (2011)

**c. Faktor- faktor yang mempengaruhi bagi hasil**

Kontrak bagi hasil mudharabah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor langsung maupun tidak langsung. hal itu perlu dipahami semua pihak supaya penerimaan hasil investasi diharapkan tidak mengecewakan. Menurut Ridwan (2004), Faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil ada dua yaitu :

## 1) Faktor Langsung

Didalam faktor langsung *Dirac Factor* yang dapat mempengaruhi bagi hasil adalah;

- (1) Invesmen rate merupakan prosentase aktual dana yang dapat diinvestasikan dari total dana yang dihimpun.
- (2) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan.
- (3) Nisbah (*profit sharing rate*) merupakan proporsi pembagian pembagian hasil usaha.
  - Nisbah ditetapkan diawal perjanjian atau akad.
  - Nisbah satu BMT dengan BMT lain dapat berbeda, begitu juga antara debitur yang satu dengan yang lain.
  - Nisbah juga dapat berbeda dari satu produk dengan produk lain.
  - Nisbah juga dapat berbeda antara deposito dalam jangka waktu yang berbeda.

## 2) Faktor Tidak Langsung

Faktor tidak langsung yang dapat mempengaruhi tingkat bagi hasil meliputi penentuan butir pendapatan dan biaya serta kebijakan akuntansi.

### (1) Penentuan biaya dan pendapatan

*Shahibul maal dan mudharib* akan melakukan share baik dalam pendapatan maupun biaya. Pendapatan yang dibagi dihasilkan

setelah dikurangi biaya dapat juga pendapatan kantor. Jika semua biaya ditanggung BMT maka hal ini disebut *revenue sharing*.

(2) Kebijakan akuntansi

Bagi hasil akan dibagikan sesuai dengan kebijakan akuntansinya. Karena pengakuan pendapatan dan biaya sesuai dengan periode akuntansi.

**d. Indikator-Indikator Bagi Hasil**

Menurut Hastuti (2013), bagi hasil dapat diukur melalui kesesuaiannya dengan perjanjian, ketepatan waktu pembayaran nisbah, penjelasan bagi hasil di awal akad, menguntungkan dan memberi manfaat ekonomi.

## B. Penelitian Terdahulu

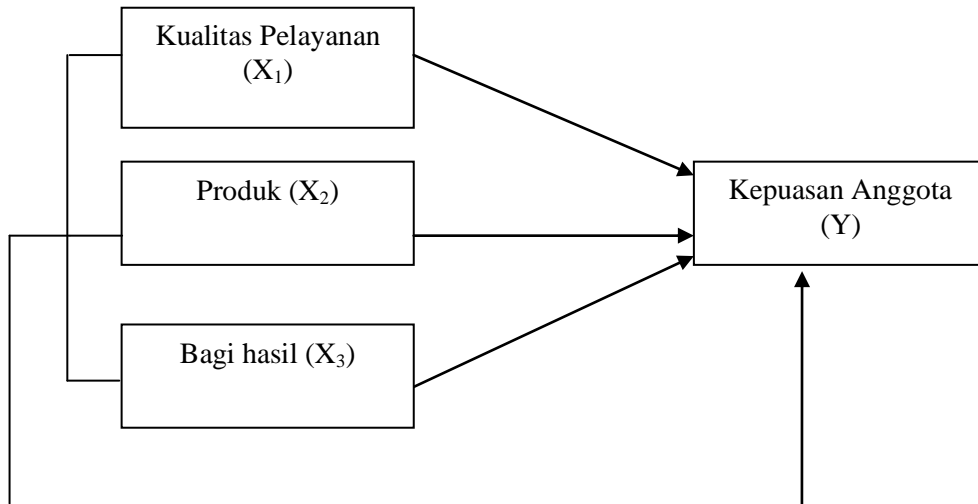
**Tabel 2.2**  
**Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu**

<b>Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Anik Nurhanifah, Sutopo (2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menemukan bahwa: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
Muhammad Rifai (2016)	Pengaruh Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)	Hasil penelitian menemukan bahwa : produk, lokasi dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.
Reza Ayu Kahfi (2016)	Pengaruh Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah BMT –UGT Sidogiri Cabang Balung-Jember)	Penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut: Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BMT-UGT Sidogiri Jember
Adella Riyanti (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri di Wilayah Tangerang Selatan)	Hasil Penelitian menemukan bahwa ; kualitas Kualitas pelayanan dan bagi hasil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Air Manado	Hasil penelitian menemukan bahwa : Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen

Sumber : Jurnal dan Penelitian Terdahulu,2022

### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut merupakan kerangka konseptual penelitian ini :



**Gambar 2.1**  
**Model Kerangka Pemikiran**

### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan semua masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik ( Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini hipotesis yang di kemukakan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang

- Hi: Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- H<sub>0</sub>: Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- Hi: Produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- H<sub>0</sub>: Bagi hasil (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- Hi: Bagi hasil (X1) berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- H<sub>0</sub>: Kualitas pelayanan (X1), Produk (X2) dan Bagi hasil (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang
- Hi: Kualitas pelayanan (X1), Produk (X2) dan Bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif. Metode penelitian kuantitatif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono ,2016).

Hasil dari penelitian ini menjelaskan mengenai hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini penulis berupaya menjelaskan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), bagi hasiln (X3) dan kepuasan anggota ( Y ).

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang yang beralamatkan di Jl. KH. Syiraj, Grabag, Magelang. Alasan memilih lokasi penelitian di PT BMT Tumang Cabang Grabag Magelang adalah sebagai berikut :

##### **1. Alasan Obyektif**

Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan bagi hasiln terhadap kepuasan anggota di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang.

##### **2. Alasan Subjektif**

Peneliti sebagai pegawai di BMT Tumang Cabang Grabag Magelang sehingga memudahkan dalam penelitian ini. Judul yang diajukan sesuai dengan konsentrasi penulis yaitu konsentrasi Pemasaran.

## C. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya ( Sugiyono, 2016 )

Ada 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Variabel Bebas (*Variabel Idependen*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono,2016) variabel bebas dalam penelitian ini adalah : kualitas pelayanan (X1), produk (X2), bagi hasil (X3)

#### 2) Variabel Terikat (*Variabel Dependenden*).

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016).

Variabel terikat dalam ini adalah : Kepuasan Anggota ( Y )

### 2. Selanjutnya indikator yang digunakan sebagai acuan untuk memudahkan dalam penelitian dalam Tabel 3.1 berikut ini :



Tabel 3.1  
Variabel dan indikator penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	1) Bukti fisik yang nyata ( <i>tangible</i> ) 2) Keandalan 3) Daya tanggap ( <i>responsivity</i> ) 4) Jaminan dan kepastian ( <i>assurance</i> ) 5) Empati ( <i>empathy</i> ) (Kotler dan Keller, 2019)	Skala likert dengan interval 1 - 5
Produk (X2)	1) <i>Performance</i> (kinerja) 2) <i>Features</i> ( fitur atau ciri – ciri tambahan ) 3) <i>Reliability</i> ( reliabilitas ) 4) <i>Confermance to specifications</i> ( kesesuaian dengan spesifikasi ) 5) <i>Durability</i> ( daya tahan ) 6) <i>Serviceability</i> 7) <i>Esthetics</i> (estetika ) 8) <i>Perceived quality</i> ( kualitas yang dipresepsikan ) (Tjiptono, 2014)	Skala likert dengan interval 1 - 5
Bagi Hasil (X3)	1) perjanjian, 2) ketepatan waktu pembayaran nisbah, 3) penjelasan bagi hasil di awal akad, 4) menguntungkan dan memberi manfaat ekonomi. (Hastuti ,2013)	Skala likert dengan interval 1 - 5

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Anggota (Y)	1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan ( <i>Overall Customer Satisfaction</i> )	Skala likert dengan interval 1 - 5
	2) Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah	
	3) Konfirmasi Harapan ( <i>Confirmation of Expectations</i> )	
	4) Niat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> )	
	5) Kesiediaan Untuk Merekomendasi ( <i>Willingness to Recommend</i> )	
	6) Ketidakpuasan pelanggan/nasabah ( <i>Dissatisfaction Customer</i> )	
(Kotler dan Keller, 2018)		

Sumber : yang diolah oleh peneliti (2022)

#### D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016) Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah di BMT Tumang Cabang Grabag pada tahun 2018, 2019 dan 2020 yang masih berstatus anggota aktif menabung dan melakukan transaksi pembiayaan sehingga tingkat kepuasan anggota dapat diukur pada anggota yang benar benar memahami dan merasakan kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil yang selama ini diberikan oleh BMT Tumang Cabang

Garabag Magelang. Sehingga didapatkan jumlah populasinya yaitu 2355 orang.

## 2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ( Sugiyono, 2016 ). Dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu (Umar, 2010):

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

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang akan ditelorir 10%

(Tony,2013)

Sehingga

$$n = \frac{2355}{1 + (2355 ( 0,1,^2 ) )}$$

$$n = \frac{2355}{1 + 23,55}$$

$$n = \frac{2355}{33,55}$$

n = 70,2 dibulatkan menjadi 70 orang

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas diketahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden dari total nasabah sebanyak 2.355 orang.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2016).

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Sugiyono (2016) Mengelompokkan jenis data menjadi dua macam data yang selanjutnya di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Jenis data kualitatif adalah data yang berbentuk kata atau kalimat. Data kualitatif digunakan untuk mengevaluasi beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat dan untuk memperjelas perolehan hasil data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini diambil dari identitas responden (jenis kelamin, umur, pekerjaan, lama menjadi nasabah)
- b. Jenis data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah validasi, reabilitas, korelasi sederhana dan berganda, regresi linier berganda, regresi linier sederhana dan berganda, determinasi (*adjusted r square*) uji t dan f.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka..

## 2. Sumber Data

Sugiyono (2016) mengelompokkan sumber data menjadi dua macam data yang selanjutnya di gunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui penyebaran koesioner.
- b. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, missal lewat orang lain atau dokumen. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal sekripsi, catatan atau laporan dari perusahaan yang dijadikan tempat penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal skripsi, catatan atau laporan dari perusahaan yang dijadikan tempat penelitian.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, maka jawaban responden dapat diberi skor atau nilai dengan interval 1 sampai dengan 5, sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju ( SS ) skor 5
- b. Setuju ( S ) skor 4

- c. Kurang Setuju ( KS ) skor 3
- d. Tidak Setuju ( TS ) skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju ( STS ) skor 1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif dengan menggunakan sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi (Sujarweni, 2015).

Data yang diperoleh dengan metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah sejarah singkat, visi dan misi, data jumlah pelanggan dan struktur organisasi.

## 3. Studi Kepustakaan

Yaitu mempelajari ilmu pengetahuan teoritis serta menelaah buku-buku serta berbagai bentuk literatur yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen yang berhubungan dengan BMT Tumang Cabang Grabag Magelang.

## **G. Analisis Data**

Teknik analisis data digunakan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab perumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan (Sujarweni, 2015). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh penulis sebagai berikut :

## 1. Uji Instrumen

### a. Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2016). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25.Kriteria dalam pengujian validitas menurut (Ghozali, 2016) adalah sebagai berikut :

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif  $> r_{tabel}$  maka item pertanyaan adalah valid.
- 2) Jika  $r_{hitung}$  negatif  $< r_{tabel}$  maka item pertanyaan adalah tidak valid.

Uji validitas menggunakan rumus menurut pendapat Sujarweni (2015 ) sebagai berikut :

$$r = x = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

$r$  = nilai koefisien korelasi antar item dan total

$y$  = jumlah skor total ( kepuasan anggota )

$x$  = jumlah skor item ( kualitas pelayanan X1, produk X2 dan bagi hasil X3 )

$n$  = jumlah responden

Pada Tabel 3.2, dijelaskan mengenai validitas item kuesioner, dengan bantuan program SPSS 25 diperoleh angka *Corrected Item Total Correlation* / $r_{hitung}$  dari tabel tersebut terlihat seluruh  $r_{hitung}$  lebih besar bila dibandingkan  $r_{tabel}$  product moment = 0,623 (dengan  $\alpha = 5\%$ ,  $df = n - 2$ ), dengan range  $r_{hitung}$  0,535 – 1,00.

Sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian yang digunakan adalah valid.

Tabel 3.2  
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item/ Kode	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,952	0,632	0,000	Valid
	X1.2	0,952	0,632	0,000	Valid
	X1.3	0,826	0,632	0,003	Valid
	X1.4	0,826	0,632	0,003	Valid
	X1.5	0,826	0,632	0,003	Valid
	X1.6	0,826	0,632	0,003	Valid
	X1.7	0,952	0,632	0,000	Valid
	X1.8	0,952	0,632	0,000	Valid
	X1.9	0,952	0,632	0,000	Valid
	X1.10	0,952	0,632	0,000	Valid
Produk (X2)	X2.1	0,886	0,632	0,001	Valid
	X2.2	0,886	0,632	0,001	Valid
	X2.3	0,889	0,632	0,001	Valid
	X2.4	0,874	0,632	0,001	Valid
	X2.5	0,810	0,632	0,005	Valid
	X2.6	0,810	0,632	0,005	Valid
	X2.7	0,886	0,632	0,001	Valid
	X2.8	0,886	0,632	0,001	Valid
	X2.9	0,886	0,632	0,001	Valid
	X2.10	0,959	0,632	0,000	Valid
Bagi Hasil (X3)	X3.1	0,919	0,632	0,001	Valid
	X3.2	0,828	0,632	0,001	Valid
	X3.3	0,820	0,632	0,001	Valid
	X3.4	0,912	0,632	0,001	Valid
	X3.5	0,917	0,632	0,005	Valid
	X3.6	0,917	0,632	0,005	Valid
	X3.7	0,917	0,632	0,001	Valid
	X3.8	0,917	0,632	0,001	Valid
	X3.9	0,917	0,632	0,001	Valid
	X3.10	0,821	0,632	0,000	Valid
Kepuasan Anggota (Y)	Y.1	0,917	0,632	0,000	Valid
	Y.2	0,917	0,632	0,000	Valid
	Y.3	0,853	0,632	0,002	Valid
	Y.4	0,915	0,632	0,000	Valid
	Y.5	0,872	0,632	0,001	Valid



	Y.6	0,872	0,632	0,001	Valid
	Y.7	0,917	0,632	0,000	Valid
	Y.8	0,917	0,632	0,000	Valid
	Y.9	0,917	0,632	0,000	Valid
	Y.10	0855	0,632	0,002	Valid

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2016).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25. Menurut Nunnally dalam Ghozali (2016) suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70

Uji reliabilitas menggunakan rumus menurut pendapat Sujarweni ( 2015 ) sebagai berikut :

$$r_l = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

$r_l$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum b^2$  = Total varians butir

$\sigma_t^2$  = Total varians

Adapun hasil uji reliabilitas dari pengolahan data menggunakan program SPSS 25 dengan membandingkan nilai Cronbach Alpha dengan ketentuan reliability dalam penelitian disajikan dalam Tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3  
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Reliabilitas	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,975	0,70	Reliabel
2.	Produk (X2)	0,950	0,70	Reliabel
3.	Bagi Hasil (X3)	0,953	0,70	Reliabel
4.	Kepuasan Anggota (Y)	0,954	0,70	Reliabel

c. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara dua variabel (Ghozali, 2016). Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25 Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel dengan criteria menurut Sugiyono (2016 ) sebagai berikut :

Tabel 3.4  
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan korelasi sederhana dan berganda yang dijelaskan oleh penulis sebagai berikut:

1) Korelasi sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan secara parsial antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat (Sugiyono, 2016). Uji korelasi sederhana menggunakan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = Nilai koefisien korelasi

y = Jumlah skor y ( Kepuasan Anggota )

x = Jumlah skor ( x ) Kualitas Pelayanan (X1), Produk (X2) dan Bagi hasil (X3)

2) Korelasi berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara simultan (Sugiyono, 2011). Rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$R_{y \cdot x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2 yx_1 + r^2 x_2 - 2ryx_1 \cdot ryx_2}{1 - r^2 x_1x_2}}$$

Keterangan:

R : korelasi berganda antara x dan y

r : korelasi sederhana antara x dan y

x : variabel bebas

(Kualitas pelayanan, produk, bagi hasil)

y : variabel terikat (kepuasan anggota)

#### d. Regresi

Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2016). Uji regresi linier sederhana dan berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25.

##### 1) Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2016)

Model persamaan regresi linier sederhana dengan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Variabel terikat ( Kepuasan Anggota )

X = Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Produk (X2) dan Bagi hasil (X3)

a = bilangan konstata

b = koefisien korelasi

##### 2) Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu

variabel terikat (Sugiyono, 2016). Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$$

Dimana :

Y = Variabel kepuasan anggota

X<sub>1</sub> = Variabel kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Variabel produk

X<sub>3</sub> = Variabel bagi hasil

α = Bilangan konstanta

b<sub>1,2,3</sub> = Koefisien regresi

e. Koefisien Determinasi ( *Adjusted R Square* )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan variabel bebas, maka *R Squer* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R square* pada saat mengvaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti *R square*, nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016).

## f. Pengujian Hipotesis

### 1) Uji t ( parsial )

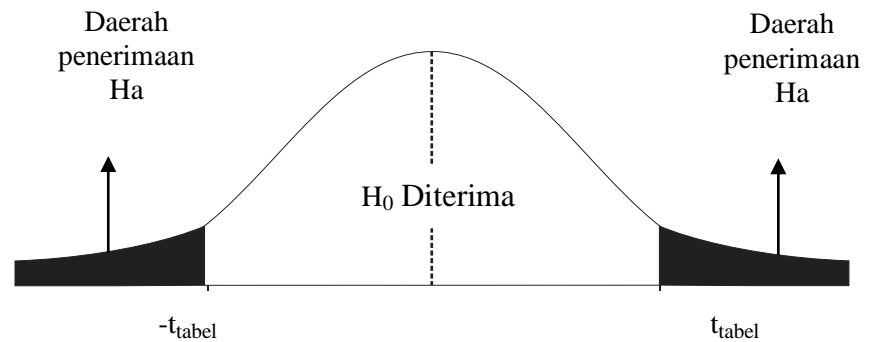
Menurut (Ghozali,2016) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas (X) secara parsial ada atau tidaknya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria dalam uji t dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Hipotesis yang di uji dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5 % ( uji dua arah = 2.5% atau 0.25 ).
  - a.  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  tidak ada antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel.
  - b.  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi  $< 0.05$  yang diperoleh dari hasil pengolahan program SPSS 25.
3. Menentukan nilai  $t_{tabel}$  dengan rumus  $df = n - k - 1$  dengan keterangan  $df$  (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan,  $n$  adalah *number* atau jumlah responden,  $k$  adalah konstruk atau jumlah variabel bebas, dan 1 adalah rumusan atau dengan asumsi jumlah  $y$ .
4. Kesimpulan
  - a) Apabila  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

b) Apabila  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  ditolak atau  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

5. Gambar uji t ( parsial )



Gambar 3.1  
Uji t ( Parsial )

2) Uji F ( Simultan )

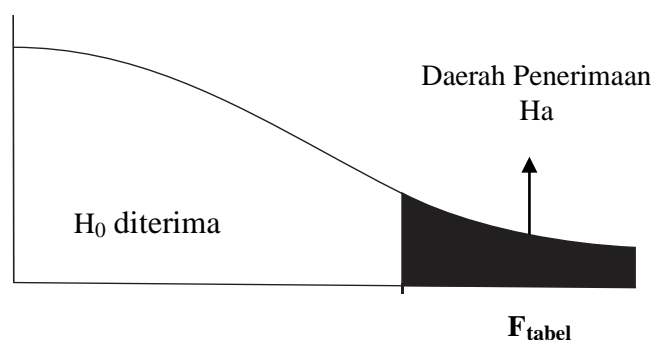
Menurut (Ghozali , 2016) uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi bebas (X) secara simultan ada atau tidaknya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria dalam uji f dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Hipotesis yang di uji dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5 % (uji satu arah).
  - a)  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 =$  tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel.
  - b)  $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

- 2) Menentukan nilai  $F_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi  $< 0,05$  yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan program SPSS 25
- 3) Menentukan nilai  $F_{tabel}$  dengan rumus  $df = n - k - 1$  dengan keterangan  $df$  (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan,  $n$  adalah *number* atau jumlah responden,  $k$  adalah konstruk atau jumlah variabel bebas, dan 1 adalah rumus atau dengan asumsi jumlah  $y$ .
- 4) Kesimpulan
  - a) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.
  - b) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

5) Gambar uji F (Simultan)



Gambar 3.2  
Uji F (Simultan)



## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1. Sejarah Singkat Berdirinya BMT Tumang**

Sistem perekonomian dan tatanan kehidupan yang dikedepankan pada masa orde baru ternyata tidak bisa memberikan jawaban akan harapan terwujudnya masyarakat adil dan makmur. Berangkat dari keprihatinan terhadap nasib masyarakat desa yang justru merupakan jumlah mayoritas penduduk di Indonesia, khususnya di daerah Boyolali. Apabila melihat perputaran uang yang sebagian besar ada di kota serta sulitnya pengusaha mikro dan kecil di pedesaan dalam mengakses permodalan dari perbankan.

Perbankan dalam hal ini dinilai lemah dalam komitmennya menciptakan lingkungan usaha yang lebih adil dan lebih mensejahterakan masyarakat. Sementara itu, terkait dengan bunga perbankan juga telah menjadi kajian tersendiri di kalangan umat Islam. Hal-hal tersebut juga sangat dirasakan oleh masyarakat Desa Tumang. Terutama beberapa orang yang dalam menjalankan ekonominya berkuat dengan rentenir atau istilah masyarakat setempat adalah bank plecit.

Dalam rangka menjawab permasalahan-permasalahan yang dihadapi warga setempat, maka pada bulan Februari 1997 bertempat di rumah dinas Bapak Suryanto SH. di Jakarta, munculah gagasan untuk pendirian BMT di Desa Tumang. Setelah dilakukan pemilihan calon pengelola pada tanggal 1 Oktober 1998, *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Tumang mulai beroperasi dengan modal awal 7.050.000 rupiah di desa Tumang, Cepogo,

Boyolali. Kemudian, pada tanggal 10 April 1999, BMT Tumang mendapatkan badan hukum dari departemen koperasi dengan nomor 242/BH/KDK.11.25/IV/ 1999 yang kemudian lebih dikenal dengan nama KSU “BMT TUMANG”.

Dengan mengusung visi; “menjadi lembaga keuangan yang mandiri dan konsisten terhadap ketentuan syariah, memberi manfaat dan mampu mengangkat status sosial ekonomi masyarakat menuju kesejahteraan yang diridhoi Allah Taala,” BMT TUMANG terus bekerja keras melayani masyarakat.

Dalam rentang waktu satu dasawarsa melayani umat, BMT TUMANG telah berkembang dengan sangat cepat, hingga akhir September 2008 BMT ini mencatat pembiayaan yang diberikan ke masyarakat anggota telah mencapai lebih dari Rp 9 Milyar. Dengan slogan; “membangun kemandirian menuju kesejahteraan” BMT TUMANG ingin terus mengembangkan jaringan dan menebarkan manfaat bagi masyarakat sekitar.

## 2. Visi Misi BMT Tumang

Dalam rangka melanjutkan keberlangsungan operasi BMT serta untuk mengatasi permasalahan dan tantangan yang dihadapi BMT di masa depan maka dirumuskanlah Visi dan Misi BMT sebagai gambaran cita-cita, serta harapan yang ingin diwujudkan.

a) Visi:

Menjadi Lembaga Keuangan Syariah Yang Mandiri, Modern dan Sejahtera. Dari Visi tersebut menggambarkan suatu semangat untuk membangun ekonomi masyarakat (umat) yang berbasis syariah, dalam rangka mewujudkan kemandirian melalui tata kelola yang baik, tangguh, modern menuju kesejahteraan anggota yang diridhoi Allah SWT.

b) Misi BMT Tumang antara lain:

1) Mewujudkan lembaga keuangan syariah yang mandiri, modern, amanah, dan sejahtera. Misi tersebut terdapat penjelasan sebagai berikut:

- a. BMT Tumang berupaya mewujudkan sebuah lembaga keuangan syariah yang mandiri, secara terus menerus meningkatkan jati diri, mengandalkan pada kekuatan yang dimiliki, serta mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan bekerja keras, cerdas, tuntas dan ikhlas.
- b. Modern dari segi pelayanan, daya dukung operasional, dan sejajar atau lebih tinggi dengan lembaga keuangan terkemuka.
- c. Dalam melaksanakan jasa layanan lebih mengutamakan norma-norma kebaikan (amanah), memiliki kepekaan sosial yang tinggi sehingga keberadaannya dapat memberikan nilai tambah, serta dapat meningkatkan kesejahteraan bagi

anggota serta masyarakat luas

- 2) Mengembangkan SDM yang tangguh, profesional dan berdaya saing tinggi. Dapat diuraikan dari misi tersebut bahwa: BMT berupaya mengembangkan SDM yang profesional, kompeten, memiliki integritas tinggi, berdaya saing sehingga mampu menghadapi tantangan masa kinidan masa depan.
- 3) Mengembangkan SDM yang tangguh, profesional dan berdaya saing tinggi. Dapat diuraikan dari misi tersebut bahwa: BMT berupaya meningkatkan sarana dan prasarana yang memadai dengan didukung oleh ketersediaan infrastruktur teknologi informasi yang modern sesuai perkembangan zaman.

### 3. Identitas Umum

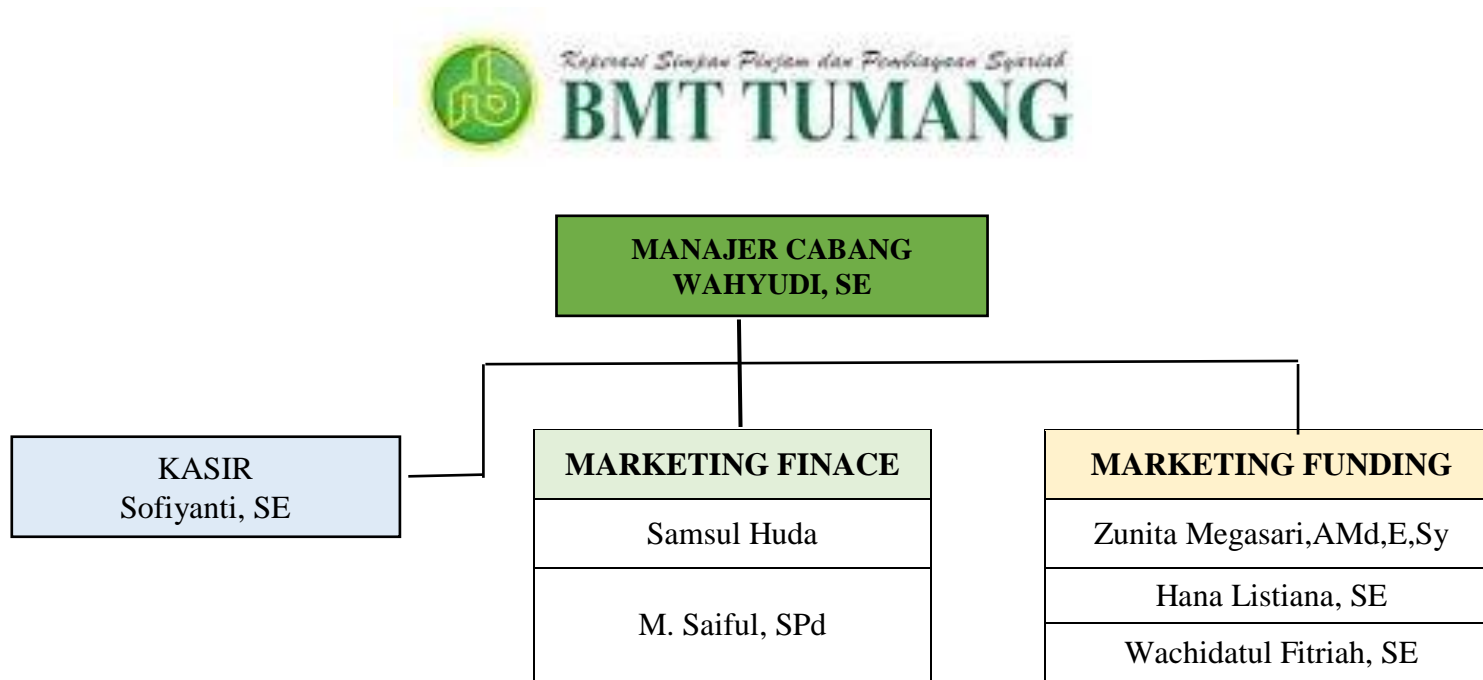
- a) Nama Lembaga : Koperasi Jasa Keuangan Syariah  
(KJKS) BMT Tumang
- b) Tanggal Pendirian : 30 September 1998 oleh Kakandep  
Koperasi Kab. Boyolali
- c) Alamat Kantor Pusat : Jl. Boyolali-Magelang Km. 10,  
Cepogo, Boyolali 5736 Telp. (0276)  
323 454 Faks. (0276) 323336

- d) Alamat Kantor Cabang :
- 1) Kantor Pusat & Cabang : Jl. Boyolali-Magelang Km. 10,  
Cepogo : Cepogo, Boyolali 57362
  - 2) Kantor Cabang Boyolali : Jl. Pandanaran No. 299 Boyolali Telp.  
(0276) 32303
  - 3) Kantor Cabang Ampel : Jl. Raya Ampel No.8 Ampel, Boyolali  
Telp. (0276) 330626
  - 4) Kantor Cabang Tumang : Jl. Melati, Tumang, Cepogo, Boyolali,  
Telp. 0276-323335
  - 5) Kantor Cabang Andong : Jl. Raya Kacangan, Andong, Boyolali  
Telp. (0271) 7893025
  - 6) Kantor Cabang Kartasura: Jl. Ahmad Yani, Kartasura, Sukoharjo  
Telp. (0271) 784 285
  - 7) Kantor Cabang Salatiga : Jl. Letjend. Sukowati No.09 Salatiga  
Telp. (0298) 312729
  - 8) Kantor Cabang Delanggu: Jl. Raya Solo-Jogja (depan pasar  
Delanggu) Delanggu, Klaten (0272)  
554358
  - 9) Kantor Cabang Selo : Jl. Boyolali-Magelang Km.18 Selo,  
Boyolali Telp. (0276) 3295240
  - 10) Kantor Cabang Grabang  
Magelang : Jl. KH. Syiraj, Grabag, Magelang

#### 4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Stuktur Organisasi BMT Tumang Cabang Grabang, Megelang



Sumber : Diolah oleh data peneliti, 2022

## B. Hasil Penelitian

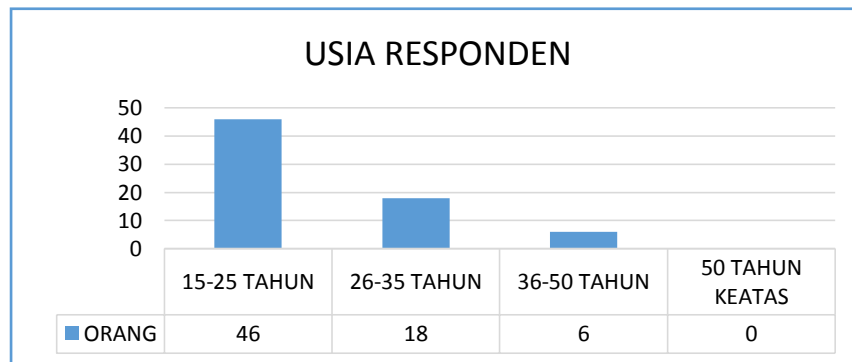
### 1. Identifikasi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah anggota BMT Tumang Cabang Grabag pada tahun 2018, 2019 dan 2020 yang berjumlah 70 responden. Data diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner), dimana kuesioner tersebut diberikan kepada 70 orang responden yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, produk dan kepuasan anggota. Penjelasan responden dilakukan secara menyeluruh dimana sebelum dilakukan analisis korelasi dan regresi, terlebih dahulu dilakukan pembahasan identifikasi responden yang usia, jenis kelamin, pendidikan, lama menjadi anggota dan pekerjaan.

#### a. Usia

Karakteristik usia responden dalam penelitian ini yaitu :

**Grafik 4.1**  
**Usia Responden**



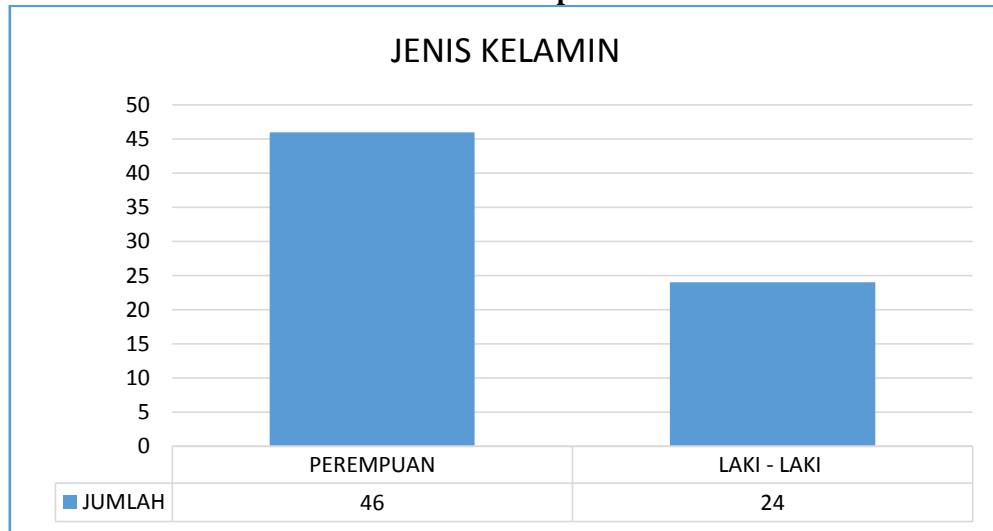
Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 tersebut dapat dilihat bahwa Sebagian besar Usia anggota BMT Tumang Cabang Grabag yaitu usia antara 15 – 25 tahun sebanyak 46 responden, usia antara 26 – 35 tahun sebanyak 18 responden. Sedangkan yang paling rendah yaitu usia antara 36 -50 tahun sebanyak 6 responden.

b. Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu :

**Grafik 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**



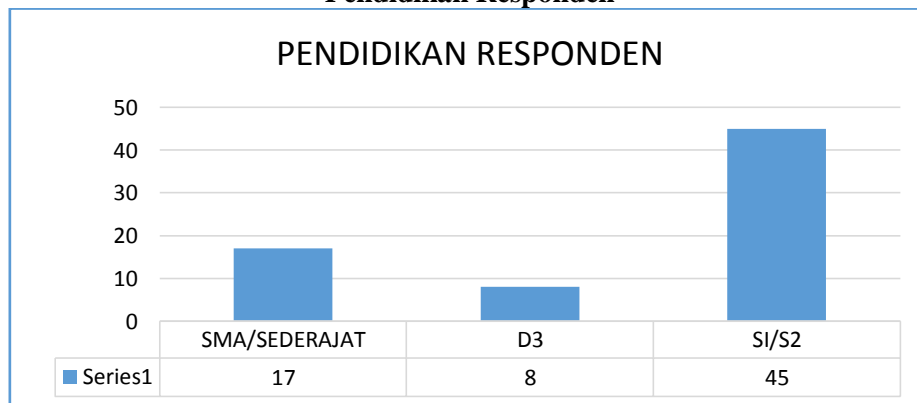
Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar anggota BMT Tumang Cabang Grabag berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 46 anggota dan 24 Anggota lainnya berjenis kelamin laki – laki.

c. Pendidikan

Karakteristik pendidikan responden dalam penelitian ini yaitu :

**Grafik 4.3**  
**Pendidikan Responden**



Sumber: Data primer yang diolah (2022)

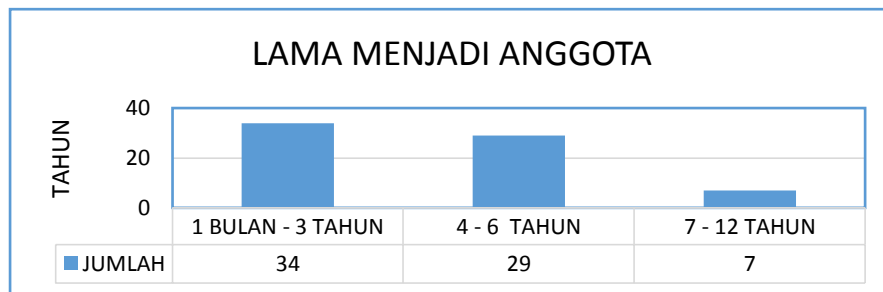


Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar anggota BMT Tumang Cabang Grabag berpendidikan SI,S2 sebanyak 45 responden, yang berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 17 responden. Sedangkan yang paling sedikit yaitu yang berpendidikan D3 sebanyak 8 responden.

d. Lama Menjadi Anggota

Karakteristik lama menjadi anggota responden dalam penelitian ini yaitu :

**Grafik 4.4**  
**Lama Menjadi Anggota**



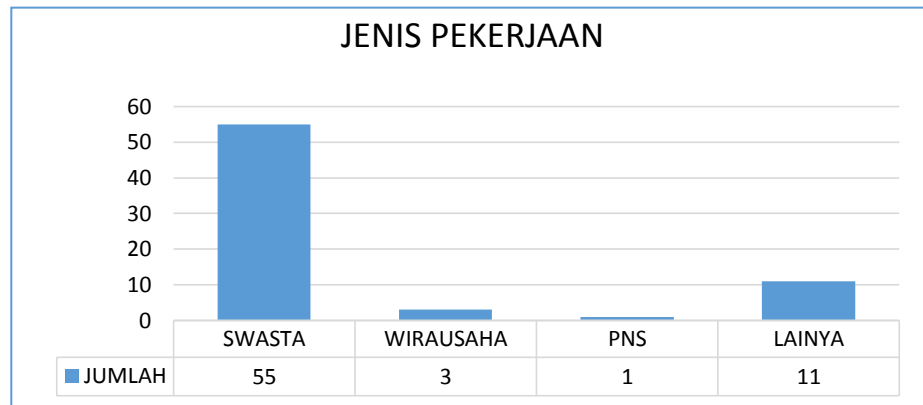
Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa anggota BMT Tumang Cabang Semarang telah menjadi anggota selama 1 bulan – 3 tahun sebanyak 34 responden, 29 responden sudah menjadi anggota selama 4 – 6 tahun dan sebanyak 7 responden sudah menjadi anggota BMT tumang selama 7 – 12 tahun.

e. Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan dalam penelitian ini yaitu :

**Grafik 4.5**  
**Pekerjaan Responden**



Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar anggota BMT Tumang Cabang Semarang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 55 responden, mempunyai pekerjaan lain diluar swasta, berwirausaha dan PNS sebanyak 11 responden. Sedangkan yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 3 responden dan yang paling terendah bekerja sebagai PNS sebanyak 1 responden.

## 2. Analisis Data

### a. Uji Korelasi Sederhana

Analisa korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individu atau secara sendiri. Analisa ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Anggota (Y), hubungan antara Produk (X2) dengan Kepuasan Anggota (Y) dan hubungan antara Bagi Hasil (X3) dengan Kepuasan Anggota (Y).

Adapun hasil dari pengolahan SPSS 25 maka didapatkan hasil perhitungan uji korelasi sederhana sebagaimana hasil tabel 4.6 yang diperoleh dari lampiran 6 halaman 119 sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) Dengan Kepuasan Anggota (Y)**

Correlations			
		KUALITAS YAN	KEPUASAN
KUALITAS YAN	Pearson Correlation	1	.556**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

Sumber dari data primer penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi untuk kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,000, yang masih dibawah taraf signifikansi 0,05. Hasil analisis korelasi

parsial didapat hubungan antara untuk kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan anggota (Y) adalah sebesar 0,556. Hasil korelasi sederhana memiliki hubungan sedang (dilihat pada Tabel 3.4 halaman 51).

Berikut hasil dari pengolahan data mengenai hubungan antara produk (X2) dengan kepuasan anggota (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.7 yang diperoleh dari lampiran 6 halaman 119 sebagai berikut

**Tabel 4.7**  
**Hubungan Produk (X2) Dengan Kepuasan Anggota (Y)**

		<b>Correlations</b>	
		PRODUK	KEPUASAN
PRODUK	Pearson Correlation	1	.545**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

Sumber dari data primer penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi untuk produk (X2) dengan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,000, yang masih dibawah taraf signifikansi 0,05. Hasil analisis korelasi parsial didapat hubungan antara untuk produk (X2) dengan kepuasan anggota (Y) adalah sebesar 0,545. Hasil korelasi sederhana memiliki hubungan sedang (dilihat pada Tabel 3.4 halaman 51).

Berikut hasil dari pengolahan data mengenai hubungan antara produk (X2) dengan kepuasan anggota (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.8 yang diperoleh dari lampiran 6 halaman 119 sebagai berikut

**Tabel 4.8**  
**Hubungan Bagi Hasil (X3) Dengan Kepuasan Anggota (Y)**

<b>Correlations</b>			
		BAGI HASIL	KEPUASAN
BAGI HASIL	Pearson Correlation	1	.530**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

Sumber dari data primer penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi untuk bagi hasil (X3) dengan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,000, yang masih dibawah taraf signifikansi 0,05. Hasil analisis korelasi parsial didapat hubungan antara untuk bagi hasil (X3) dengan kepuasan anggota (Y) adalah sebesar 0,530. Hasil korelasi sederhana memiliki hubungan sedang (dilihat pada Tabel 3.4 halaman 51).

b. Uji Korelasi Berganda

Analisa korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan atau secara bersamasama. Analisa ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan (X1), produk (X2) dan bagi hasil (X3) dengan kepuasan anggota (Y). Hubungan antar variabel dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 25 dijelaskan pada tabel 4.9 yang diperoleh dari lampiran 6 halaman 120 di bawah ini.

**Tabel 4.9**  
**Hubungan antara kualitas pelayanan (X1), produk (X2) dan bagi hasil (X2) Dengan Kepuasan Anggota (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 <sup>a</sup>	.565	.545	3.01124
a. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN				

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan kualitas pelayanan (X1), produk (X2) dan bagi hasil (X3) dengan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,752 dan apabila diinterpestasikan, maka dapat diartikan hubungan hubungan kualitas pelayanan (X1), produk (X2) dan bagi hasil (X3) dengan kepuasan anggota (Y) termasuk kuat.

c. Analisa Regresi

Analisa regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) terhadap variabel terikat (variabel yang dipengaruhi) yang dilakukan baik secara sederhana (parsial) maupun secara berganda (simultan).

1) Analisa Regresi Sederhana

Analisa regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau secara sendiri. Analisa ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan anggota (Y), produk (X2) terhadap kepuasan anggota (Y), bagi hasil (X3) terhadap kepuasan

anggota (Y). Hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Analisis pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan anggota (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.10 yang diperoleh dari lampiran 7 halaman 121 sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**  
**Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Anggota Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.945	4.038		4.939	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.535	.097	.556	5.510	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

dimana:

$$Y = 19,945 + 0.535X_1$$

Y : kepuasan anggota

X1 : kualitas pelayanan

Nilai (constant) sebesar 19,945 dapat diartikan bahwa apabila variable kualitas pelayanan (X1) tidak mengalami peningkatan/penurunan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang tetap bernilai 19,945. Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,535 bertanda positif, hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh positif antara

variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan satu satuan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang juga akan meningkat sebesar 0,535.

- b) Analisis pengaruh variabel produk (X2) terhadap kepuasan anggota (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.11 yang diperoleh dari lampiran 7 halaman 121 sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**  
**Variabel Produk (X2) terhadap Kepuasan Anggota Y)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.716	4.188		4.708	.000
	PRODUK	.554	.103	.545	5.366	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

dimana:

$$Y = 19,716 + 0,554X_2$$

Y : kepuasan anggota

X2 : produk

Nilai (constant) sebesar 19,716 dapat diartikan bahwa apabila variable produk (X2) tidak mengalami peningkatan/penurunan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang tetap bernilai 19,716. Nilai koefisien regresi variable produk (X2)



sebesar 0,554 bertanda positif, hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh positif antara variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Jika terjadi peningkatan produk satu satuan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang juga akan meningkat sebesar 0,554

c) Analisis pengaruh variabel bagi hasil (X3) terhadap kepuasan anggota (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.12 yang diperoleh dari lampiran 7 halaman 121 sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**  
**Variabel Bagi Hasil (X3) terhadap Kepuasan Anggota (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.434	3.834		5.851	.000
	BAGI HASIL	.456	.089	.530	5.155	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

dimana:

$$Y = 22,434 + 0,456X_3$$

Y : kepuasan anggota

X3 : bagi hasil

Nilai (constant) sebesar 22,434 dapat diartikan bahwa apabila variable kualitas bagi hasil (X3) tidak mengalami

peningkatan/penurunan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang tetap bernilai 22,434. Nilai koefisien regresi variable kualitas bagi hasil (X3) sebesar 0,456 bertanda positif, hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh positif antara variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Jika terjadi peningkatan bagi hasil satu satuan maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang juga akan meningkat sebesar 0,456

## 2) Analisa Regresi Berganda

Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau secara bersama-sama. Analisa ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1), produk (X2), bagi hasil (X3) terhadap kepuasan anggota (Y) secara bersama sama. Adapun hasil dari pengolahan data analisis regresi berganda menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 4.13 yang diperoleh dari lampiran 7 halaman 122 di bawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**  
**Variabel Kualitas Pelayanan (X2), Produk (X2) dan Bagi Hasil (X3)**  
**terhadap Kepuasan Anggota (Y)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	4.416		.306	.761
	KUALITAS PELAYANAN	.272	.094	.283	2.888	.005
	PRODUK	.341	.098	.336	3.476	.001
	BAGI HASIL	.365	.072	.424	5.101	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 maka didapatkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,349 + 0,272 X_1 + 0,341 X_2 + 0,365 X_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai (constant) sebesar 1,349, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara kualitas pelayanan (X1), produk (X2), bagi hasil (X3), hal ini menunjukkan jika ketiga variabel tersebut naik satu satuan, maka kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang mengalami kenaikan 1,349.
- b) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,272 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota, hal ini menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan anggota akan naik sebesar 0,272.

- c) Nilai koefisien regresi produk (X2) sebesar 0,341 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara produk dengan kepuasan anggota, hal ini menunjukkan jika variabel produk naik satu satuan maka kepuasan anggota akan naik sebesar 0,341.
- d) Nilai koefisien regresi bagi hasil (X3) sebesar 0,365 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara bagi hasil dengan kepuasan anggota, hal ini menunjukkan jika variabel bagi hasil naik satu satuan maka kepuasan anggota akan naik sebesar 0,365.

d. Determinasi ( *Adjusted R Squared* )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Koefisien korelasi berganda dan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi dan kontribusi dari variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), bagi hasil (X3) secara bersama – sama terhadap kinerja. Hasil uji koefisien determinasi ( $Adj R^2$ ) dapat dilihat pada Tabel 4.14 yang diperoleh dari lampiran 8 halaman 123 sebagai berikut

**Tabel 4.14**  
**Hasil koefisien determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 <sup>a</sup>	.565	.545	3.01124
a. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN				

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan table 4.14 yang menunjukkan besarnya nilai determinasi (Ajd R<sup>2</sup>) sebesar 0,545. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikatnya sebesar 54,5 % dimana sisanya yaitu sebesar 45,5% dijelaskan oleh faktor yang lain di luar penelitian ini.

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikansi secara parsial yaitu masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan ataukah tidak terhadap variabel terikat (Y) pada tingkat signifikansi  $\alpha=5\%$ . Kriteria uji t adalah membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dimana t hitung diperoleh dari hasil pengolahan data, sementara t tabel diperoleh dari tabel t dengan ketentuan  $df = n - k - 1$  atau  $70 - 3 - 1 = 66$  sehingga diketahui t tabel sebesar 1.996. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.15 yang diperoleh dari lampiran 8 halaman 124 sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	4.416		.306	.761
	KUALITAS PELAYANAN	.272	.094	.283	2.888	.005
	PRODUK	.341	.098	.336	3.476	.001
	BAGI HASIL	.365	.072	.424	5.101	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

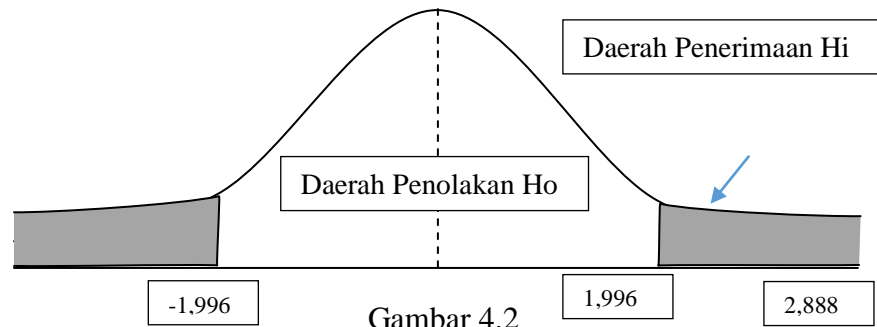
a) Pengujian hipotesis pertama (H1)

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y)

H1: Ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y).

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,888 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $2,888 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,05 yang sama dengan 0,05 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan Ho ditolak.



Gambar 4.2  
Uji t Variabel Kualitas Pelayanan

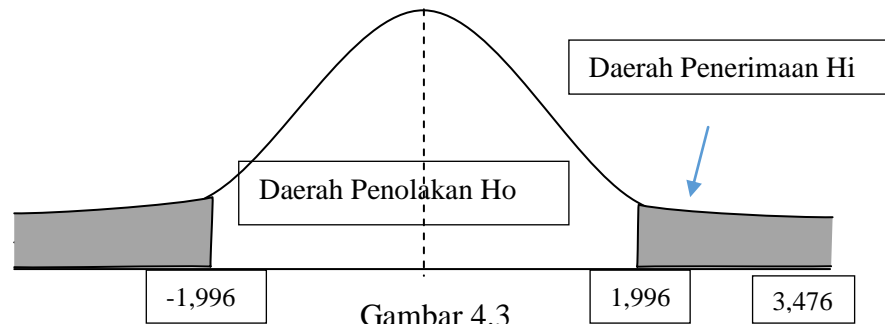
b) Pengujian hipotesis kedua (H1)

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak ada pengaruh produk (X2) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y)

H1: Ada pengaruh pengaruh produk (X2) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y).

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji variabel pengaruh produk (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,476 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $3,476 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,01 yang kuang dari dari 0,05 yang berarti bahwa variabel pengaruh produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan Ho ditolak.



Gambar 4.3  
Uji t Variabel Produk

c) Pengujian hipotesis ketiga (H1)

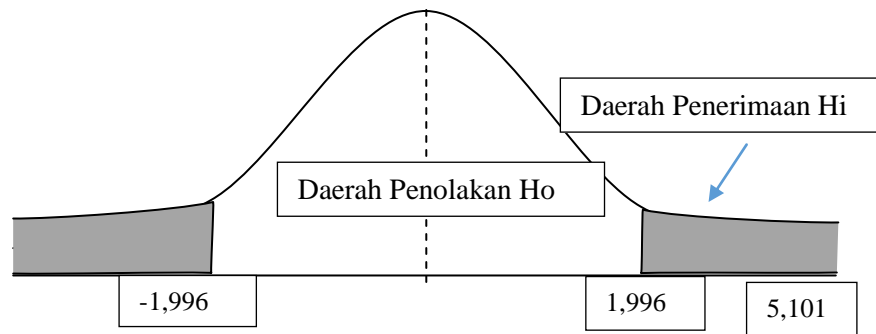
Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak ada pengaruh bagi hasil (X3) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y)

H1: Ada pengaruh pengaruh bagi hasil (X3) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang (Y).

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji variabel pengaruh bagi hasil (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 5,101 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $5,101 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,00 yang kuang dari dari 0,05 yang berarti bahwa variabel pengaruh bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan Ho ditolak.





Gambar 4.4  
Uji t Variabel Bagi Hasil

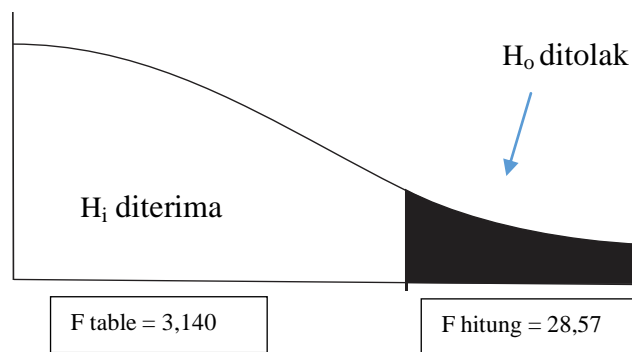
## 2) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil) terhadap variabel terikat (kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang) secara bersama-sama (simultan), pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan  $df_1 = n - k - 1 = 70 - 3 - 1 = 66$  sehingga diketahui F tabel sebesar 3,140. Adapun hasil dari pengujian F statistik dengan pengolahan data menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 4.16 yang diperoleh dari lampiran 8 halaman 124 sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	777.313	3	259.104	28.575	.000 <sup>b</sup>
	Residual	598.458	66	9.068		
	Total	1375.771	69			
a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA						
b. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN						

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat dilihat bahwa nilai F statistik atau F hitung sebesar 28,57 yang lebih besar daripada F tabel yaitu sebesar 3,140 ( $28,57 > 3,140$ ) dengan nilai signifikansi (p) 0,00 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), produk (X2) dan bagi hasil (X3) secara bersama-sama berpengaruh kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Dengan demikian hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini (H<sub>i</sub>) diterima dan (H<sub>o</sub>) ditolak.



**Gambar 4.5**  
**Daerah Penerimaan Uji F-Statistik**

### 3) Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang didapatkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,888 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $3,680 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,05 yang sama dengan 0,05 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan nilai koefisien regresi 0,535 dan nilai korelasi 0,556. Hal ini disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota maka semakin tinggi tingkat kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag. Secara teoritis kualitas pelayanan merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Sangadji, 2013). Penelitian ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Cokorda Istri Agung Krisna dan I Gede Merta Sudiarta Tahun 2018 yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali, yang mendapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh produk (X2) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang variabel produk (X2) memiliki nilai hasil t hitung sebesar 3,476 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $3,476 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,01 yang kurang dari 0,05 yang berarti bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan nilai koefisien regresi 0,554 dan nilai korelasi 0,545. Hal ini disimpulkan bahwa semakin lengkap produk yang ditawarkan kepada anggota maka semakin tinggi tingkat kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag. Secara teoritis kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan (Tjiptono (2014)). Penelitian ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Cokorda Istri Agung Krisna dan I Gede Merta Sudiarta Tahun 2018 yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali, yang mendapatkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh bagi hasil (X3) terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang variabel bagi hasil (X3) memiliki nilai hasil t hitung sebesar 5,101 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $5,101 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,00 yang kurang dari 0,05 yang berarti bahwa variabel pengaruh bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan nilai koefisien regresi 0,456 dan nilai korelasi 0,530. Hal ini disimpulkan bahwa bagi hasil yang selama ini didapatkan anggota BMT Tumang Cabang Grabag dianggap sudah memenuhi standart dan yang diharapkan para anggota. Secara teoritis Menurut Al Qardhawi (2001) “bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Penelitian ini didukung dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Adella Riyanti Tahun 2017 yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Wilayah Tangerang Selatan), yang mendapatkan bahwa kualitas pelayanan dan Bagi Hasil signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian mengenai kualitas pelayanan (X1), Produk (X2) dan Bagi Hasil (X3) secara bersama – sama terhadap Kepuasan Anggota (Y) BMT Tumang Cabang Grabag Magelang F hitung sebesar 28,57 yang lebih besar daripada F tabel yaitu sebesar 3,140 ( $28,57 > 3,140$ ) dengan nilai signifikansi (p) 0,00 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), peoduk (X2) dan bagi hasil (X3) secara bersama-sama berpengaruh kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang.

Hasil uji koefisien determinasi (Adj R) sebesar 0,545. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketiga variable bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan variable terikat sebesar 54,5 % dimana sisanya yaitu 45,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang nilai koefisien korelasi sebesar 0,556 yang termasuk dalam kategori “sedang“. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,535 nilai  $t$  hitung sebesar 2,888 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,996 ( $2,888 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,05 yang sama dengan 0,05 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Dimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggotanya sudah cukup memuaskan dan tetapi belum sebaik yang diharapkan anggotanya.
2. Produk mempunyai hubungan dengan kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang nilai koefisien korelasi sebesar 0,545 yang termasuk dalam kategori “sedang“. Produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,554, nilai  $t$  hitung sebesar 3,476 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1.668 ( $3,476 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,01 yang kuang dari dari 0,05 yang

berarti bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Dimana produk yang ditawarkan BMT Tumang Cabang Grabag belum sepenuhnya memenuhi keinginan anggotanya, contohnya tidak terdapat fasilitas ATM dan M – Banking untuk memudahkan transaksi perbankan.

3. Bagi Hasil mempunyai hubungan dengan kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang nilai koefisien korelasi sebesar 0,530 yang termasuk dalam kategori “sedang“. Bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,456, nilai t hitung sebesar 5,101 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,996 ( $5,101 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,00 yang kurang dari 0,05 yang berarti bahwa variabel pengaruh bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang. Dimana bagi hasil yang dirasakan para anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang sudah cukup dan sesuai dengan prosedur bagi hasil yang sudah ditetapkan.
4. Kualitas pelayanan, produk dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang, dengan nilai F hitung sebesar 28,57 yang lebih besar daripada F tabel yaitu sebesar 3,140 ( $28,57 > 3,140$ ) dengan nilai signifikansi (p) 0,00 lebih kecil dari 0,05.



## B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan anggota Bmt Tumang Cabang Grabag Magelang, berikut beberapa saran yang diberikan :

### 1. Bagi perusahaan

- a. Berkaitan dengan kualitas pelayanan yang selama ini di berikan kepada anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang sudah cukup baik namun harus di tingkatkan agar tetap bisa bersaing dengan Lembaga keuangan yang lain.
- b. Dari hasil penelitian ini, diharapkan BMT Tumang Cabang Grabag Magelang kedepannya dapat mengembangkan produknya menyesuaikan kebutuhan dan perkembangan jaman misalnya mengembangkan ATM dan fasilitas M – Bangking yang selama ini diharapkan anggotanya.
- c. Berkaitan dengan bagi hasil yang selama ini diberikan diharapkan BMT Tumang Cabag Grabag Magelang menaikkan nilai bagi hasil sejalan dengan kenaikan harga bahan pokok sehingga kepuasan anggota semakin meningkat.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hendaknya perlu melakukan penelitian yang lebih spesifik dan mendalam menggunakan variabel-variabel selain variabel kualitas pelayanan, prodak dan bagi hasil yang mungkin dapat mempengaruhi

kepuasan anggota, hal ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel-variabel terhadap kepuasan anggota.

### 3. Bagi Pembaca

Disarankan untuk mempelajari lebih jauh mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota atau nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. *“Problems and Strategies in Services Marketing”*. *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*
- Abdul Ghofur Anshori. 2018. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Adiwarman Karim. (2004:50). *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Al Qur'an Surat Al-Baqarah 2:275-276
- Ali Hasan. 2012. *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita
- Ali Muhammad. 2004. *Belajar Adalah Suatu Perubahan Perilaku, Akibat Interaksi Dengan Lingkungannya*.
- Allifah, N., Ashadi, dan Hastuti, B., (2013), *Pengaruh Metode Pembelajaran Kooperatif Tipe Teams Games Tournament (TGT) dan Gaya Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Materi Pokok Hidrolisis Garam Kelas XI Semester 2 SMA Negeri 4 Surakarta Tahun Pelajaran 2012/2013*, *Jurnal Pendidikan Kimia, 2 : 80-90*
- Al-Qardhawi, Yusuf. 2001. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press
- Andrianto, Hendra Noky dan Idris. 2013. *“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang”*. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 2, No 3, hlm 1-10
- Arikunto. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Ascarya. 2011. *Akad dan Produk Bank Syariah cet ke-3*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. *Jogjakarta: Andi Offset*.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga
- Freddy Rangkuti. 2006. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*

25 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harfika, J., dan Abdullah, N. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Balance, XIV(1), 44–56.

Husein, Umar. 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Ismail, Perbankan Syariah, 2011, Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kahfi , Reza Ayu (2016)., *Pengaruh Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah BMT –UGT Sidogiri Cabang Balung-Jember)*

Kasmir. 2005. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Graya Grafindo Persada.

Kasmir.(2012), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Nurhanifah, Anik, Sutopo (2014)., *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*.

Ridwan. (2004). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.

Ridwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Rifai, Muhammad (2016)., *Pengaruh Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)*

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy. 2014, *PemasaranJasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tony Wijaya, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Cetakan ke-1, Kembangan-Jakarta Barat : PT. Indeks

Undang – Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan

Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: PT Grafindo.Hal. 2

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed*. Mc.Graw-Hill. Boston.

**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN BAGI HASIL  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA *BAITUL MAAL WA TANWIL* (BMT)  
TUMANG CABANG GRABAG MAGELANG**



Oleh :

SAMSUL HUDA

NIM : 16.51.0075

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN – GUPPI  
(UNDARIS) 2022**

## KUESIONER

Kepada Yang Terhormat

Bapak / Ibu Anggota BMT Tumang Cabang Grabag Magelang

Di Tempat

Dengan hormat,

Dengan ini perkenankan saya memperkenalkan diri, nama : Samsul Huda, NIM : 16.51.0075 adalah mahasiswa Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran. Pada saat ini saya sedang menyusun Skripsi mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Tumang Cabang Grabag Magelang “.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu Anggota BMT Tumang Cabang Grabag untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya sajikan disini dengan jawaban yang sebenar-benarnya. Jawaban Bapak/Ibu Pegawai merupakan data yang sangat berharga bagi saya dalam menguji hipotesis penelitian ini.

Atas kesediaan dan peran serta Bapak/Ibu saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat Kami,

Samsul Huda

## A. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu
- a. Jawaban sangat setuju (SS) Mendapat Skor / Nilai 5
  - b. Jawaban setuju (S) Mendapat Skor / Nilai 4
  - c. Jawaban kurang setuju (KS) Mendapat Skor / Nilai 3
  - d. Jawaban tidak setuju (TS) Mendapat Skor / Nilai 2
  - e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) Mendapat Skor / Nilai 1
- b. Jawaban saudara/i tidak berpengaruh terhadap Pelayanan yang ada di BMT Tumang Cabag Grabag. Untuk itu dimohon memberikan jawaban seobyektif mungkin yang sesuai dengan kenyataan di lapangan,

## B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan anggota dari BMT Tumang Cabang Grabag ?
- Ya                       Tidak
2. Nama : ..... (Boleh tidak diisi)
3. Usia : ..... tahun
4. Jenis Kelamin :  Pria               Wanita
5. Pendidikan :
- SD                               D
- SMP/Sederajat               S1/S2,dll
- SMA /Sederajat
4. Lama Menjadi Anggota : ..... tahun



5. Pekerjaan :

- PNS                       Swasta  
 Wirausaha               Lainnya

### C. DAFTAR PERTANYAAN

#### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>a. Tangible ( bukti fisik )</b>						
1	Fasilitas penunjang yang dimiliki BMT Tumang Cabang Grabag cukup lengkap					
2	Kebersihan dan kenyamanan BMT Tumang Cabang Grabag selalu terjaga					
<b>b. Reability ( keandalan )</b>						
3	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag melayani anggota dengan baik dan sopan					
4	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag bersedia membantu anggota ketika mengalami kendala					
<b>c. Responsiveness ( daya tanggap )</b>						
5	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag memproses dengan cepat atas transaksi yang anggota lakukan					
6	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag melayani anggota dengan ramah					
<b>d. Assurance ( jaminan )</b>						
7	Pegawai BMT Tumang selalu meyakinkan Aggotanya untuk melakukan transaksi di BMT Tumang Cabang Grabag					
8	Memberikan perhatian penuh kepada anggota saat melakukan transaksi					
<b>e. Empathy ( empati )</b>						
9	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag ramah dan sopan					
10	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag memberikan perhatian					

	individual kepada anggotanya.					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

2. Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>a. Performance (kinerja)</b>						
1	Pegawai BMT Tumang ramah, professional dan Islami					
<b>b. Features (fitur atau ciri – ciri tambahan)</b>						
2	Dalam akad pembiayaan, BMT Tumang Cabang Grabag sesuai dalam syariat Islam					
<b>c. Reliability (reliabilitas)</b>						
3	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag sangat jelas dan ramah dalam mempromosikan setiap produknya					
4	Pegawai BMT Tumang Cabang Grabag teliti dalam melakukan survey Pembiayaan setiap Anggotanya					
<b>d. Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)</b>						
5	BMT Tumang Cabang Grabag menawarkan produk yang tidak kalah saing dengan BMT sejenis lainnya					
<b>e. Durability (daya tahan)</b>						
6	Dalam periode tertentu BMT Tumang Cabang Grabag selalu menawarkan promo tabungan maupun pembiayaan					
<b>f. Serviceability</b>						
7	Diperlukan Aplikasi mobile banking dan mesin ATM untuk setiap transaksi di BMT Tumang					
8	Saat pembiayaan anggota macet, selalu ada solusi yang ditawarkan oleh BMT Tumang Cabang Grabag					
<b>g. Esthetics (estetika)</b>						
9	BMT Tumang Cabang Grabag memiliki beragam produk yang dapat disesuaikan dari kalangan atas sampai menengah kebawah					
<b>h. Perceived Quality (kualitas yang di persepsikan)</b>						
10	BMT Tumang Cabang Grabag dalam mempromosikan produknya sesuai syariat Islam					

3. Bagi Hasil (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>a. Perjanjian</b>						
1	Saya mengetahui kontrak yang diberikan oleh BMT Tumang Cabang Grabag					
2	Saya menabung di BMT Tumang Cabang Grabag karena kesepakatan yang diberikan sangat menguntungkan					
<b>b. Ketepatan waktu pembayaran nisbah</b>						
3	Bagi hasil yang diterima nasabah setiap bulannya sesuai dengan prosentase nisbah bagi hasil di awal akad					
4	Saya mengetahui bahwa return yang didapat tergantung kepada kinerja bisnis					
<b>c. Penjelasan Bagi Hasil di Awal Akad</b>						
5	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan					
6	Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini					
7	Bagi hasil yang diterima anggota setiap bulannya telah sesuai dengan presentase nisbah bagi hasil diawal akad					
<b>d. Menguntungkan dan memberi manfaat ekonomi</b>						
8	Saya menabung di BMT Tumang Cabang Grabag karena kesepakatan yang diberikan sangat menguntungkan					
9	Saya menabung di BMT Tumang Cabang Grabag karena nisbah bagi hasil yang menarik					
10	Saya mengharapkan bagi hasil yang secara akumulatif bias memperbesar jumlah tabungan saya					

4. Kepuasan Anggota (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan</b>						
1	Anggota BMT Tumang Cabang Grabag Merasa Puas ats pelayanan yang diberikan					
2	Anggota merasa puas selama menjalin hubungan dengan BMT Tumang Cabang Grabag					
<b>b. Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah</b>						
3	Anggota menjadikan BMT Tumang sebagai pilihan pertamanya untuk menabung maupun melakukan pembiayaan					
<b>c. Konfirmasi Harapan</b>						
4	Anggota BMT Tumang Cabang Grabag merasa ada kesesuaian pelayanan dengan harapan anggota					
5	Anggota selalu mengatakan hal positif dan baik mengenai pelayanan yang ada di BMT Tumang Cabang Grabag					
<b>d. Niat Beli Ulang</b>						
6	Berminat untuk melakukan pembiayaan kembali karena pelayanan yang diberikan BMT Tumang Cabang Grabag sangat memuaskan dan mudah					
7	Berminat berkunjung kembali karena bagi hasil yang diberikan memuaskan					
<b>e. Kesiediaan untuk Merekomendasikan</b>						
8	Merekomendasikan kepada teman, tetangga atau anggota keluarga lain untuk membuka tabungan di BMT Tumang Cabang Grabag					
<b>f. Ketidakpuasan pelanggan/nasabah</b>						
9	Anggota merasa tidak puas karena BMT Tumang Cabang Grabag belum memiliki fasilitas ATM seperti Bank lainnya					

10	Anggota BMT Tumang Cabang Grabag merasa belum puas atas fasilitas pembiayaan karen jangka waktu yang terlalu lama					
----	---	--	--	--	--	--

## LAMPIRAN 2

NO	NAMA	UMUR	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN	LAMA MENJADI ANGGOTA (Tahun)
1	Alvin Luana P	28	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	4 tahun
2	LIA	28	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	5 Tahun
3	Desy	17	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	4 tahun
4	Erna	33	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	9 tahun
5	Tyas	29	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	8 tahun
6	Annida Khusnul	24	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
7	Zahra	28	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	5 tahun
8	Herdiawan	26	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
9	Feri Nur Eviriana	23	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	3 tahun
10	Dian Afrilia	26	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	1 tahun
11	Abdul sukur	28	PEREMPUAN	D3/AHLI MADYA	2 tahun
12	Eka Styarningsih	30	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	3 tahun
13	Nia Desti	28	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
14	Han	36	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	6Tahun
15	Syarifudin	27	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
16	Abu Yazid	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	6 tahun
17	ERNA	35	PEREMPUAN	D3/AHLI MADYA	4 tahun
18	Utami	35	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	7 tahun
19	triw	27	LAKI - LAKI	D3/AHLI MADYA	3 th
20	Suryadi	27	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	4 tahun
21	Sofiyanti	31	LAKI - LAKI	D3/AHLI MADYA	3 tahun
22	Muhamad faozan	27	PEREMPUAN , LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	3 tahun
23	Achmad aji setiawan	25	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
24	Zundaayu	33	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
25	Husni	30	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
26	aris zulfa	23	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
27	Putra pamungkas	49	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	3 Tahun
28	KUNJIARTININ GSIH	29	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	3th
29	Annida	30	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	11tahun
30	Wahyudi	28	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	3 bulan
31	Retno tri	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun

	wulansari				
32	Wachidatul fitriah	35	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	3 tahun
33	Doni	29	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
34	Winda Rahayu	29	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	7 tahun
35	Giyarti	25	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	3 tahun
36	Umi	26	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
37	Atiqoh	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
38	Claressa	24	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	1,5 tahun
39	Ida Noer	26	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	3 tahun
40	Kurnia Vica Indriyani	24	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	3 bulan
41	Vani	24	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	18 bulan
42	Vindi Rima Dhani	37	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	4 tahun
43	Udin	29	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	6 tahun
44	Sugiyarta	26	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	4 Tahun
45	Rima Muflikasari	34	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	4 tahun
46	Dwbby	28	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	3 tahun
47	Septi	24	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
48	Desti Lestari	24	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	2 tahun
49	Liviani Desi	32	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
50	tri mulyani	25	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
51	Ani	20	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	1tahun 2 bulan
52	Irfan Miftachul Huda	28	PEREMPUAN	D3/AHLI MADYA	4 tahun
53	Zunita Megasari	23	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
54	Hana Listiana	35	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	10 tahun
55	M.saiful	22	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	1 tahun
56	Nahrowi Wibowo	20	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	10 tahun
57	Ahmad Sofyan Aldiyanto	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	1 tahun
58	Eka Fitriyaningsih	37	PEREMPUAN	D3/AHLI MADYA	2 tahun
59	Sulistyorini	27	PEREMPUAN	SMA/SEDERAJAT	2 th
60	Ana puji wahyuningrum	20	LAKI - LAKI	D3/AHLI MADYA	2 tahun
61	Marketing	26	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	2 tahun
62	Muhamad fauzi subhan	43	PEREMPUAN	D3/AHLI MADYA	1 tahun
63	Henny Dewi Ekowati	29	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
64	HENI DWI	40	LAKI - LAKI	SMA/SEDERAJAT	2 tahun

65	Muhamad nahar	27	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	6 tahun
66	PUJI TRI UTAMI	35	LAKI - LAKI	SI/S2/S3,DLL	6 tahun
67	SAFITRI	28	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
68	Erna Susanti	28	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	6 tahun
69	Resanti	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	5 tahun
70	ALFIAN	30	PEREMPUAN	SI/S2/S3,DLL	7 tahun



**LAMPIRAN 3**

NO	X1										X2										X3										Y									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4			
2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4				
3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	1	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3				
4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	2	2	4	4	2	4	2	4	2	5	5	5	5	5	2	1				
5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3				
6	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
7	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3			
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3			
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
10	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4			
11	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5				
12	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	3				
14	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3				
15	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3				
16	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2				
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4				
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4				
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
20	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
21	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4				
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3				
23	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	2				
24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4					

25	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	2	3	3	5	5	5	3	3		
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2		
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1			
28	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	1
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
30	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2		
31	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	
32	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	5	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
34	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
36	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3		
37	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
42	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1
43	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
46	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
48	2	1	1	1	2	1	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
49	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
50	2	1	3	3	2	4	5	2	1	4	5	4	4	4	2	1	2	4	3	1	2	1	3	2	1	3	4	2	2	5	2	3	1	4	1	3	2	3	5	4	2	3	5	4



**LAMPIRAN 4**

**HASIL UJI VALIDITAS**

Correlations												
		KUALITAS_1	KUALITAS_2	KUALITAS_3	KUALITAS_4	KUALITAS_5	KUALITAS_6	KUALITAS_7	KUALITAS_8	KUALITAS_9	KUALITAS_10	TOTAL_KUALITAS
1	Pearson Correlation	1	1.000**	.612	.612	.612	.612	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.952**
	Sig. (2-tailed)		.000	.060	.060	.060	.060	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
2	Pearson Correlation	1.000**	1	.612	.612	.612	.612	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.952**
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.060	.060	.060	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
3	Pearson Correlation	.612	.612	1	1.000**	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	.826**
	Sig. (2-tailed)	.060	.060		.000	.000	.000	.060	.060	.060	.060	.003
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
4	Pearson Correlation	.612	.612	1.000**	1	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	.826**
	Sig. (2-tailed)	.060	.060	.000		.000	.000	.060	.060	.060	.060	.003
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
5	Pearson Correlation	.612	.612	1.000**	1.000**	1	1.000**	.612	.612	.612	.612	.826**
	Sig. (2-tailed)	.060	.060	.000	.000		.000	.060	.060	.060	.060	.003
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
6	Pearson Correlation	.612	.612	1.000**	1.000**	1.000**	1	.612	.612	.612	.612	.826**
	Sig. (2-tailed)	.060	.060	.000	.000	.000		.060	.060	.060	.060	.003

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
7	KUALITAS_	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	1	1.000**	1.000**	1.000**	.952**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.060	.060	.060	.060		.000	.000	.000	.000
		N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
8	KUALITAS_	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	1.000**	1	1.000**	1.000**	.952**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.060	.060	.060	.060	.000		.000	.000	.000
		N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
9	KUALITAS_	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	1.000**	1.000**	1	1.000**	.952**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.060	.060	.060	.060	.000	.000		.000	.000
		N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10	KUALITAS_	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.612	.612	.612	.612	1.000**	1.000**	1.000**	1	.952**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.060	.060	.060	.060	.000	.000	.000		.000
		N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
TOTAL_KU ALITAS		Pearson Correlation	.952**	.952**	.826**	.826**	.826**	.826**	.952**	.952**	.952**	.952**	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.003	.003	.003	.000	.000	.000	.000	
		N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

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

Correlations												
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	X3_TOTAL
X3_1	Pearson Correlation	1	.890**	.913**	.879**	.816**	.816**	.816**	.816**	.816**	.598	.919**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.004	.004	.004	.004	.004	.068	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_2	Pearson Correlation	.890**	1	.684*	.900**	.688*	.688*	.688*	.688*	.688*	.448	.828**
	Sig. (2-tailed)	.001		.029	.000	.028	.028	.028	.028	.028	.194	.003
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_3	Pearson Correlation	.913**	.684*	1	.631	.745*	.745*	.745*	.745*	.745*	.655*	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029		.051	.013	.013	.013	.013	.013	.040	.004
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_4	Pearson Correlation	.879**	.900**	.631	1	.846**	.846**	.846**	.846**	.846**	.563	.912**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.051		.002	.002	.002	.002	.002	.090	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_5	Pearson Correlation	.816**	.688*	.745*	.846**	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.878**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.013	.002		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

X3_6	Pearson Correlation	.816**	.688*	.745*	.846**	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.878**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.013	.002	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_7	Pearson Correlation	.816**	.688*	.745*	.846**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.878**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.013	.002	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_8	Pearson Correlation	.816**	.688*	.745*	.846**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.878**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.013	.002	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_9	Pearson Correlation	.816**	.688*	.745*	.846**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.878**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.013	.002	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_10	Pearson Correlation	.598	.448	.655*	.563	.878**	.878**	.878**	.878**	.878**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.068	.194	.040	.090	.001	.001	.001	.001	.001		.004
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X3_TOT AL	Pearson Correlation	.919**	.828**	.820**	.912**	.971**	.971**	.971**	.971**	.971**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Correlations												
		KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASAN	KEPUASA
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	N_TTL
01	Pearson Correlation	1	1.000**	.655*	.802**	.655*	.655*	1.000**	1.000**	1.000**	.703*	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.005	.040	.040	.000	.000	.000	.023	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
02	Pearson Correlation	1.000**	1	.655*	.802**	.655*	.655*	1.000**	1.000**	1.000**	.703*	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.040	.005	.040	.040	.000	.000	.000	.023	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
03	Pearson Correlation	.655*	.655*	1	.816**	.800**	.800**	.655*	.655*	.655*	.667*	.853**
	Sig. (2-tailed)	.040	.040		.004	.005	.005	.040	.040	.040	.035	.002
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
04	Pearson Correlation	.802**	.802**	.816**	1	.816**	.816**	.802**	.802**	.802**	.726*	.915**
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	.004		.004	.004	.005	.005	.005	.017	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
05	Pearson Correlation	.655*	.655*	.800**	.816**	1	1.000**	.655*	.655*	.655*	.778**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.040	.040	.005	.004		.000	.040	.040	.040	.008	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
06	Pearson Correlation	.655*	.655*	.800**	.816**	1.000**	1	.655*	.655*	.655*	.778**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.040	.040	.005	.004	.000		.040	.040	.040	.008	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
KEPUASAN	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.655*	.802**	.655*	.655*	1	1.000**	1.000**	.703*	.917**



07	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.005	.040	.040		.000	.000	.023	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
KEPUASAN 08	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.655*	.802**	.655*	.655*	1.000**	1	1.000**	.703*	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.005	.040	.040	.000		.000	.023	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
KEPUASAN 09	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.655*	.802**	.655*	.655*	1.000**	1.000**	1	.703*	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.005	.040	.040	.000	.000		.023	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
KEPUASAN 10	Pearson Correlation	.703*	.703*	.667*	.726*	.778**	.778**	.703*	.703*	.703*	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.023	.023	.035	.017	.008	.008	.023	.023	.023		.002
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
KEPUASAN _TTL	Pearson Correlation	.917**	.917**	.853**	.915**	.872**	.872**	.917**	.917**	.917**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.002	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

## LAMPIRAN 5

### HASIL UJI RELIABILITAS

#### 1. KUALITAS PELAYANAN

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	10

#### 2. PRODUK

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	10

### 3. BAGI HASIL

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	10

### 4. KEPUAAAN ANGGOTA

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	10

## LAMPIRAN 6

### HASIL UJI KORELASI

#### 1. KORELASI SEDERHANA

<b>Correlations</b>			
		KUALITAS YAN	KEPUASAN
KUALITAS YAN	Pearson Correlation	1	.556**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

<b>Correlations</b>			
		PRODAK	KEPUASAN
PRODAK	Pearson Correlation	1	.545**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

<b>Correlations</b>			
		BAGI HASIL	KEPUASAN
BAGI HASIL	Pearson Correlation	1	.530**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
KEPUASAN	Pearson Correlation	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

## 2. KORELASI BERGANDA

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 <sup>a</sup>	.565	.545	3.01124
a. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN				

## LAMPIRAN 7

### HASIL UJI REGRESI

#### 1. UJI REGRESI SEDERHANA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.945	4.038		4.939	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.535	.097	.556	5.510	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.716	4.188		4.708	.000
	PRODUK	.554	.103	.545	5.366	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.434	3.834		5.851	.000
	BAGI HASIL	.456	.089	.530	5.155	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

### 3. UJI REGRESI BERGANDA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	4.416		.306	.761
	KUALITAS PELAYANAN	.272	.094	.283	2.888	.005
	PRODUK	.341	.098	.336	3.476	.001
	BAGI HASIL	.365	.072	.424	5.101	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

## LAMPIRAN 8

### UJI DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 <sup>a</sup>	.565	.545	3.01124
a. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN				



## LAMPIRAN 9

### HASIL UJI HIPOTESIS

#### 1. Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	4.416		.306	.761
	KUALITAS PELAYANAN	.272	.094	.283	2.888	.005
	PRODUK	.341	.098	.336	3.476	.001
	BAGI HASIL	.365	.072	.424	5.101	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

#### 2. Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	777.313	3	259.104	28.575	.000 <sup>b</sup>
	Residual	598.458	66	9.068		
	Total	1375.771	69			

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

b. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

## LAMPIRAN 10

Tabel Nilai r Product Moment

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber : Sugiyono, 1999

## LAMPIRAN 11

Tabel Titik Kritis Distribusi t

<b>Pr</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>1</b>	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
<b>2</b>	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
<b>3</b>	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
<b>4</b>	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
<b>5</b>	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
<b>6</b>	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
<b>7</b>	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
<b>8</b>	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
<b>9</b>	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
<b>10</b>	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
<b>11</b>	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
<b>12</b>	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
<b>13</b>	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
<b>14</b>	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
<b>15</b>	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
<b>16</b>	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
<b>17</b>	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
<b>18</b>	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
<b>19</b>	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
<b>20</b>	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
<b>21</b>	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
<b>22</b>	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
<b>23</b>	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
<b>24</b>	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
<b>25</b>	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
<b>26</b>	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
<b>27</b>	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
<b>28</b>	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
<b>29</b>	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
<b>30</b>	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
<b>31</b>	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
<b>32</b>	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
<b>33</b>	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
<b>34</b>	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
<b>35</b>	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
<b>36</b>	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
<b>37</b>	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563

<b>38</b>	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
<b>39</b>	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
<b>40</b>	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

<b>Df</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>41</b>	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
<b>42</b>	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
<b>43</b>	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
<b>44</b>	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
<b>45</b>	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
<b>46</b>	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
<b>47</b>	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
<b>48</b>	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
<b>49</b>	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
<b>50</b>	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
<b>51</b>	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
<b>52</b>	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
<b>53</b>	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
<b>54</b>	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
<b>55</b>	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
<b>56</b>	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
<b>57</b>	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
<b>58</b>	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
<b>59</b>	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
<b>60</b>	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
<b>61</b>	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
<b>62</b>	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
<b>63</b>	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
<b>64</b>	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
<b>65</b>	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
<b>66</b>	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
<b>67</b>	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
<b>68</b>	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
<b>69</b>	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
<b>70</b>	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
<b>71</b>	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
<b>72</b>	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
<b>73</b>	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
<b>74</b>	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
<b>75</b>	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
<b>76</b>	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
<b>77</b>	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948

<b>78</b>	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
<b>79</b>	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
<b>80</b>	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)**

<b>Df</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>81</b>	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
<b>82</b>	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
<b>83</b>	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
<b>84</b>	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
<b>85</b>	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
<b>86</b>	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
<b>87</b>	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
<b>88</b>	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
<b>89</b>	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
<b>90</b>	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
<b>91</b>	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
<b>92</b>	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
<b>93</b>	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
<b>94</b>	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
<b>95</b>	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
<b>96</b>	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
<b>97</b>	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.627747	3.17639
<b>98</b>	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
<b>99</b>	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
<b>100</b>	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
<b>101</b>	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
<b>102</b>	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
<b>103</b>	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
<b>104</b>	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
<b>105</b>	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
<b>106</b>	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
<b>107</b>	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
<b>108</b>	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
<b>109</b>	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
<b>110</b>	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
<b>111</b>	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
<b>112</b>	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
<b>113</b>	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
<b>114</b>	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
<b>115</b>	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
<b>116</b>	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
<b>117</b>	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135

<b>118</b>	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
<b>119</b>	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
<b>120</b>	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

**Titik Persentase Distribusi t (df = 121 – 160)**

<b>Df</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>121</b>	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
<b>122</b>	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
<b>123</b>	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
<b>124</b>	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
<b>125</b>	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
<b>126</b>	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
<b>127</b>	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
<b>128</b>	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
<b>129</b>	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
<b>130</b>	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
<b>131</b>	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
<b>132</b>	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
<b>133</b>	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
<b>134</b>	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
<b>135</b>	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
<b>136</b>	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
<b>137</b>	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
<b>138</b>	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
<b>139</b>	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
<b>140</b>	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
<b>141</b>	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
<b>142</b>	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
<b>143</b>	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
<b>144</b>	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
<b>145</b>	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
<b>146</b>	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
<b>147</b>	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
<b>148</b>	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
<b>149</b>	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
<b>150</b>	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
<b>151</b>	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
<b>152</b>	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
<b>153</b>	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
<b>154</b>	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
<b>155</b>	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364

<b>156</b>	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
<b>157</b>	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
<b>158</b>	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
<b>159</b>	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
<b>160</b>	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

**Titik Persentase Distribusi t (df = 161 – 200)**

<b>Pr</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>161</b>	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
<b>162</b>	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
<b>163</b>	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
<b>164</b>	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
<b>165</b>	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
<b>166</b>	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
<b>167</b>	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
<b>168</b>	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
<b>169</b>	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
<b>170</b>	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
<b>171</b>	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
<b>172</b>	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
<b>173</b>	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
<b>174</b>	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
<b>175</b>	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
<b>176</b>	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
<b>177</b>	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
<b>178</b>	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
<b>179</b>	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
<b>180</b>	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
<b>181</b>	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
<b>182</b>	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
<b>183</b>	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
<b>184</b>	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
<b>185</b>	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
<b>186</b>	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
<b>187</b>	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
<b>188</b>	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
<b>189</b>	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
<b>190</b>	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
<b>191</b>	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
<b>192</b>	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
<b>193</b>	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
<b>194</b>	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
<b>195</b>	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255

<b>196</b>	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
<b>197</b>	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
<b>198</b>	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
<b>199</b>	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
<b>200</b>	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148



## LAMPIRAN 12

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df N1 df N2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04

<b>41</b>	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03
<b>42</b>	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03
<b>43</b>	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02
<b>44</b>	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01
<b>45</b>	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01

df N1 df N2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>46</b>	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00
<b>47</b>	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00
<b>48</b>	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99
<b>49</b>	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99
<b>50</b>	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99
<b>51</b>	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98
<b>52</b>	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98
<b>53</b>	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97
<b>54</b>	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97
<b>55</b>	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97
<b>56</b>	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96
<b>57</b>	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96
<b>58</b>	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96
<b>59</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96
<b>60</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95
<b>61</b>	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95
<b>62</b>	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95
<b>63</b>	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94
<b>64</b>	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94
<b>65</b>	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94
<b>66</b>	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94
<b>67</b>	3.98	<b>3.13</b>	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93
<b>68</b>	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93
<b>69</b>	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93
<b>70</b>	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93
<b>71</b>	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93
<b>72</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
<b>73</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
<b>74</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
<b>75</b>	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92
<b>76</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92
<b>77</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92
<b>78</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
<b>79</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
<b>80</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
<b>81</b>	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91
<b>82</b>	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91

<b>83</b>	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91
<b>84</b>	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90
<b>85</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
<b>86</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
<b>87</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
<b>88</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
<b>89</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90
<b>90</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90

df N1 df N2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>91</b>	3.95	3.10	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90
<b>92</b>	3.94	3.10	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89
<b>93</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89
<b>94</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89
<b>95</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89
<b>96</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89
<b>97</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89
<b>98</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89
<b>99</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89
<b>100</b>	3.94	3.09	2.7 0	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89
<b>101</b>	3.94	3.09	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88
<b>102</b>	3.93	3.09	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>103</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>104</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>105</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>106</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>107</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>108</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88
<b>109</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88
<b>110</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88
<b>111</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88
<b>112</b>	3.93	3.08	2.6 9	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88
<b>113</b>	3.93	3.08	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87
<b>114</b>	3.92	3.08	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>115</b>	3.92	3.08	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>116</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>117</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>118</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>119</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>120</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>121</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>122</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87
<b>123</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87

<b>124</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87
<b>125</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87
<b>126</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87
<b>127</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86
<b>128</b>	3.92	3.07	2.6 8	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86
<b>129</b>	3.91	3.07	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>130</b>	3.91	3.07	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>131</b>	3.91	3.07	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>132</b>	3.91	3.06	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>133</b>	3.91	3.06	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>134</b>	3.91	3.06	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>135</b>	3.91	3.06	2.6 7	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86

df N1 df N2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>136</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>137</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>138</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>139</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>140</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86
<b>141</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86
<b>142</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86
<b>143</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86
<b>144</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86
<b>145</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86
<b>146</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85
<b>147</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85
<b>148</b>	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85
<b>149</b>	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>150</b>	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>151</b>	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>152</b>	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>153</b>	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>154</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>155</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>156</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>157</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>158</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>159</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>160</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>161</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>162</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>163</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85
<b>164</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85

<b>165</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>166</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>167</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>168</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>169</b>	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>170</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85
<b>171</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85
<b>172</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84
<b>173</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84
<b>174</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84
<b>175</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84
<b>176</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84
<b>177</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84
<b>178</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84
<b>179</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84
<b>180</b>	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84







YAYASAN UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI UNGARAN  
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI  
UNDARIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jln. Tentara Pelajar No.13 Ungaran 50519 Telp. (024) 76911929 Fax. (024) 76911929  
website: <http://feb.undaris.ac.id> email: [feb@undaris.ac.id](mailto:feb@undaris.ac.id)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jum'at 14 April 2023 pukul 08.00 WIB berdasarkan Surat Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 060/A./6/IV/2023 tanggal 12 April 2023 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (SI) :

1. Nama lengkap : Dr. Eka Handariani, SE, MM  
Jabatan Akademik : Lektor  
Pangkat / Golongan : Penata, III/c  
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Prof.Dr.Dra.Hj.Edy Dwi Kurniati, SE.,MM  
Jabatan Akademik : Guru Besar  
Pangkat / Golongan : Pembina TK I/IV.b  
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, SE.,MM  
Jabatan Akademik : Lektor  
Pangkat / Golongan : Penata, III/c  
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Samsul Huda

N I M : 16.51.0075

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Tumang Cabang Grabag Magelang

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 80,49 Equivalent = AB

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,

Dr. Eka Handariani, SE., MM  
NIDN: 0-6070476-01

Anggota,

Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE, M. M  
NIDN: 0-6060962-01

Anggota,

Nunuk Supraptini, SE., MM  
NIDN: 0-6140866-01

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si  
NIDN: 0-6060569-01





YAYASAN UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI UNGARAN  
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI  
UNDARIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jln. Tentara Pelajar No.13 Ungaran 50519 Telp. (024) 76911929 Fax. (024) 76911929  
website: <http://feb.undaris.ac.id> email: [feb@undaris.ac.id](mailto:feb@undaris.ac.id)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Pada hari ini, Jumat tanggal, 14 April 2023, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 099/A.I/X/2019 tanggal 2 Oktober 2019 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

1. Nama lengkap : Prof.Dr.Dra.Hj.Edy Dwi Kurniati, SE.,MM  
Jabatan Akademik : Guru Besar  
Pangkat / Golongan : Pembina TK I/IV.b  
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, SE.,MM  
Jabatan Akademik : Lektor  
Pangkat / Golongan : Penata, III/c  
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Samsul Huda  
N I M : 16.51.0075  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Tumang Cabang Grabag Magelang

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
1	Penunjukan Dosen Pembimbing	02 Desember 2019	
2	Penyusunan Proposal Skripsi	10 Agustus 2020	
3	Instrumen penelitian	16 November 2020	
4	Ijin Pelaksanaan Penelitian	30 November 2022	
5	Pengumpulan Data	01 Desember 2022	
6	Analisis Data	18 Januari 2023	
7	Penyusunan Laporan/Skripsi	10 April 2023	

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing Utama

Prof.Dr.Dra.Hj.Edy Dwi Kurniati, SE.,MM  
NIDN: 0-6060962-01

Dosen Pembimbing Pendamping

Nunuk Supraptini, SE.,MM  
NIDN: 0-6140866-01



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si  
NIDN: 0-6060569-01