

BAB IV

PEMBAHASAN

A. BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF)

1. Sejarah Berdirinya BMT

BMT bina Ihsanul Fikri merupakan lembaga keuangan dengan pola bagi hasil yang didirikan dan dimiliki oleh masyarakat. Didirikan pada tahun 1996 di Gedongkuning Yogyakarta. BMT BIF didirikan karena banyaknya usaha kecil yang kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang notabene suku bunganya sangat besar. Disamping itu, kecenderungan dakwah islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi, sehingga misi dakwah belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi, sehingga dakwah belum terasa sempurna keprihatinan ini mendorong niat kami untuk segera merealisasikan berdirinya BMT BIF. Sehingga pada tanggal 11 maret 1997 mendapatkan badan hukum no 159/BH/KWK.12/V/1997 tanggal 15 mei 1997.

Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi menjadi dua yakni *Baitul Maal* (usaha sosial) dan bisnis (*Baitul Tamwil*). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan sadaqah serta

mentasyarufkannya kepada delapan asnaf. Skala prioritasnya untuk pengentasan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan beasiswa. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas bawah dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan/kredit kepada pengusaha kecil dan kecil bawah dengan sistem bagi hasil.

2. Visi, Misi dan Tujuan

a. VISI

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam pemberdayaan umat

b. MISI

- 1) Menerapkan nilai syariah untuk kesejahteraan bersama
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah
- 3) Mewujudkan kehidupan umat yang islami

c. Tujuan:

- 1) Meningkatkan kesejahteraan anggota, pengelola dan umat
- 2) Turut berpartisipasi aktif dalam membumikan ekonomi umat
- 3) Menyediakan permodalan islami bagi usaha mikro

d. Motto

“ Adil dan Menguntungkan”

3. Strategi

a. Penguatan Basis Anggota

Pengembangan jumlah anggota dan perluasan jangkauan pasar merupakan upaya untuk memperkuat bisnis.

b. Kedekatan Pelanggan

Upaya membangun kedekatan dengan anggota akan menciptakan hubungan bisnis transparan dan adil.

c. Proaktif

Meningkatkan inovasi produk dan layanan secara menyeluruh merupakan upaya kami untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis.

d. Penguatan Jaringan

Membangun aliansi strategis dengan berbagai entitas bisnis syariah akan meningkatkan volume bisnis.

e. Pengembangan SDM

Kunci keberhasilan bisnis sangat tergantung kualitas SDM nya. Tekad kami adalah melahirkan SDM unggul dan berakhlak.

4. Produk

a. Penghimpunan Dana

Dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi Masyarakat, BMT BIF mengembangkan Produk Penghimpunan dana kedalam:

- 1) Tabungan *Wadi'ah Dhomanah* (titipan murni) untuk zakat, infaq, dan sedekah atau sumber dana lain yang sepadan dengan itu. Dengan menggunakan produk ini penyimpan akan diberikan bonus.
- 2) Tabungan *Mudhorobah*, yakni simpanan umum dimana BMT BIF memiliki kewenangan penuh untuk mengelola sesuai dengan prinsip syari'ah. Atas produk ini penyimpan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Untuk memeberikan pelayanan yang mudah BMT memberikan pilihan tabungan:
 - a) Tabungan Umum
 - b) Tabungan Qurban
 - c) Tabungan Walimah
 - d) Tabungan Pendidikan
 - e) Tabungan Haji, hanya dengan Rp 5juta-an anda sudah mendapatkan porsi haji.
- 3) Deposito Mudharabah, yakni simpanan yang jangka waktu pengambilannya sudah di pastikan. Atas dasar produk ini

penyimpanan akan mendapatkan bagi hasil, yang umumnya lebih tinggi dibanding dengan tabungan. Deposito yang tersedia untuk pilihan waktunya yaitu minimal 3 bulan, dengan nilai nominal minimal RP.500.000,-

Tabel 4.1

Distribusi Bagi Hasil Simpanan

Distribusi Bagi hasil

No	Produk	Nisbah	Setara *
1	Simpanan berjangka 12 bulan	50 %	Rp 10.863,00
2	Simpanan berjangka 6 bulan	40 %	Rp 8.689,00
3	Simpanan berjangka 3 bulan	30 %	Rp 6.518,00

*per Rp 1.000.000,00

Sumber: Data sekunder, profile BMT BIF

- 4) Sertifikat Bagi Hasil/Obligasi Syariah. Yakni sejenis surat berharga atau obligasi syariah. Dengan jangka waktu minimal satu tahun, penyimpan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan yang umumnya lebih besar dari deposito. Penyimpan dapat memilih

sendiri calon peminjam (*muqoyyadhah*) namun kelayakan usahanya tetap menjadi kewenangan BMT. Jangka waktu minimal satu tahun. Dengan nilai nominal minimal sebesar Rp 1.000.000,-

5) Penyertaan *Musyarokah*. Yakni sejenis sertifikat pendiri yang besarnya akan di tetapkan setiap tahunnya, pemegang rekening, merupakan pemilik yang terbatas atas BMT BIF, karena mereka tidak dapat dipilih menjadi pengurus, tetapi dapat memilih dalam setiap memilih dalam setiap musyawarah akhir tahun. Jangka waktu minimal satu tahun dan hanya dapat di ambil setelah disetujui dalam forum musyawarah tahunan. Besarnya satu lembar penyertaan setiap tahun akan ditinjau ulang dan selama tahun 2004 di nilai dengan harga perlembar Rp.500.000,-. Masyarakat dapat memiliki lebih dari satu namun suaranya tetap sama.

6) Sertifikat Pendiri: yakni simpanan pokok anggota, sebagai modal pada saat awal BMT didirikan, pemegang rekening ini merupakan pemilik BMT BIF secara mutlak karena dapat dipilih dan memilih dalam forum musyawarah akhir tahun. Sertifikat ini tidak dapat dipindah tangankan, sehingga BMT BIF secara otomatis akan menjadi pembeli langsung jika yang bersangkutan mengundurkan diri. Besarnya satu sertifikat seharga Rp. 250.000,- dan dapat memiliki lebih dari satu lembar, tetapi suara dalam rapat sama.

Anggota baru akan terus dikembangkan dengan cara mengangsur sesuai dengan kesanggupan.

7) Wakaf Tunai : wakaf dalam bentuk uang yang diserahkan kepada Panti Asuhan dan diinvestasikan di BMT BIF. Setiap bulan hasil investasinya disalurkan untuk membiayai/ beasiswa sekolah anak-anak Panti Asuhan. Besarnya wakaf tunai untuk masing-masing tingkatan sekolah:

a) SD : Rp. 1.000.000,00

b) SLTP : Rp. 2.500.000,00

c) SLTA : Rp. 7.500.000,00

b. Produk Pembiayaan-Penyaluran Dana

Sedangkan untuk menjangkau ummat sampai pada lapisan yang paling bawah, dalam bidang pembiayaan, BMT BIF mengembangkan produknya kedalam:

1) Jual Beli (*Murobahah*), yakni penyediaan barang modal dan atau barang konsumtif oleh BMT BIF kepada peminjam. Atas dasar akad ini BMT akan mendapatkan keuntungan yang besarnya dihitung atas dasar kesepakatan adakalanya jual beli ini diawali dengan akan sewa beli (*ijarah*).

a) *Murabahah* (Pengadaan Barang dengan jual beli)

Manfaat :

- (1) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- (2) Dana disediakan dari 100ribu - 50juta rupiah
- (3) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

b) *Ijarah* (Sewa beli)

Manfaat :

- (1) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- (2) Dana disediakan dari 100ribu - 50juta rupiah
- (3) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

2) Bagi hasil (*Mudharabah-Musyarakah*), yakni penyediaan modal usaha atas dasar kemitraan dan patungan modal (*musyarakah*) atau dapat juga semua permodalan dari BMT BIF (*mudharabah*). Atas akad ini BMT mendapatkan bagi hasil sesuai dengan proporsi (nisbah) yang disepakati.

a) *Mudharabah* (Modal 100% dari BMT BIF)

Manfaat bagi anggota:

- (1) Pembiayaan untuk pengembangan usaha
- (2) Dana disediakan dari 100ribu - 50juta rupiah
- (3) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

b) *Musyarakah* (Modal Patungan)

Manfaat dari pembiayaan *musyarakah* ini adalah:

- (1) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota

- (2) Dana disediakan dari 100ribu - 50juta rupiah
 - (3) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah
- 3) Jasa (*Hiwalah, Ar-Rahn, dan Kafalah*), yakni produk jasa talangan dana yang dibutuhkan sangat cepat sementara piutang nasabah ditempat lain belum jatuh tempo (*Hiwalah*). BMT BIF juga akan mengembangkan produk gadai syariah (*Ar-Rahn*) juga BMT BIF berperan sebagai penjamin atas usaha nasabah terhadap pihak lain (*Kafalah*). Atas akad ini BMT akan mendapatkan *fee* manajemen yang besarnya tergantung dari kesepakatan.
- 4) Kebajikan (*Al-Qard dan Al-Qordhul Hasan*), yakni pinjaman kebajikan yang pokonya harus kembali di sebut Al-Qord. Sedangkan dana yang bisa tidak kembali disebut *Al-Qordhul Hasan*. *Al- Qord* sumber dananya dapat berasal dari dana produktif maupun sosial (ZIS), tetapi *Al Qordhul Hasan* dananya hanya bersumber dari dana sosial (ZIS). Namun BMT BIF baru mengembangkan produk *Al-Qord*. Atas akad ini BMT BIF akan mendapatkan *infaq/fee* yang besarnya tidak ditentukan.

a) *Al Qard*

Manfaat :

- (1) Untuk usaha produktif
- (2) Pendampingan Usaha

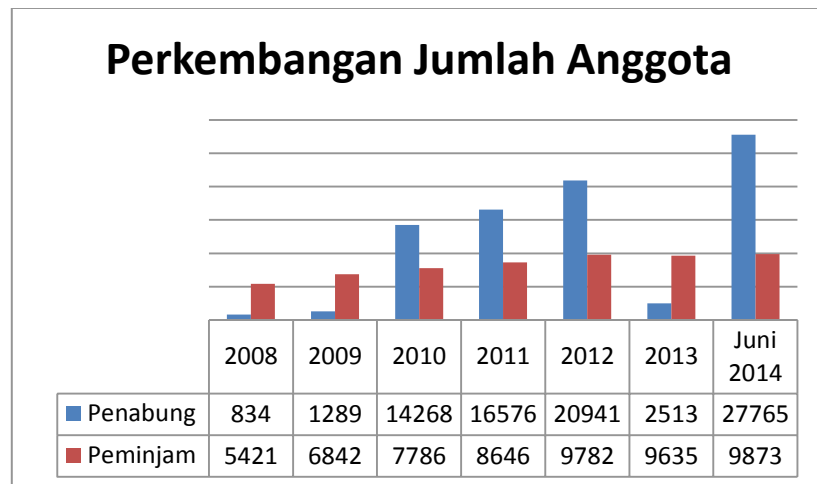
(3) Fasilitasi Pemasaran

5. Perkembangan Usaha

a. Jumlah Anggota

Gambar 4.1

Perkembangan Jumlah Anggota



Sumber : Data diolah, profil BMT BIF

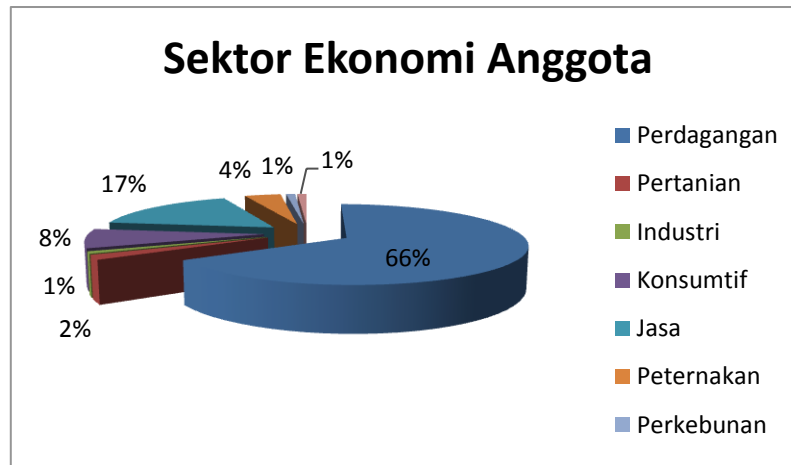
Gambar diatas menjelaskan tentang perkembangan jumlah anggota, baik anggota tabungan maupun anggota peminjam BMT BIF Yogyakarta. Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa pada jumlah anggota penabung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Samahalnya dengan perkembangan jumlah anggota peminjam di BMT BIF Yogyakarta juga mengalami peningkatan pada setiap tahunnya.

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah anggota penabung dengan anggota peminjam lebih banyak jumlah anggota peminjam, hal ini dapat terjadi karena anggota di BMT BIF Yogyakarta lebih dominan dengan menggunakan jasa peminjaman/pembiayaan BMT BIF Yogyakarta.

b. Sektor Ekonomi Anggota

Gambar 4.2

Sektor Ekonomi Anggota



Sumber: Data, profile BMT BIF diolah

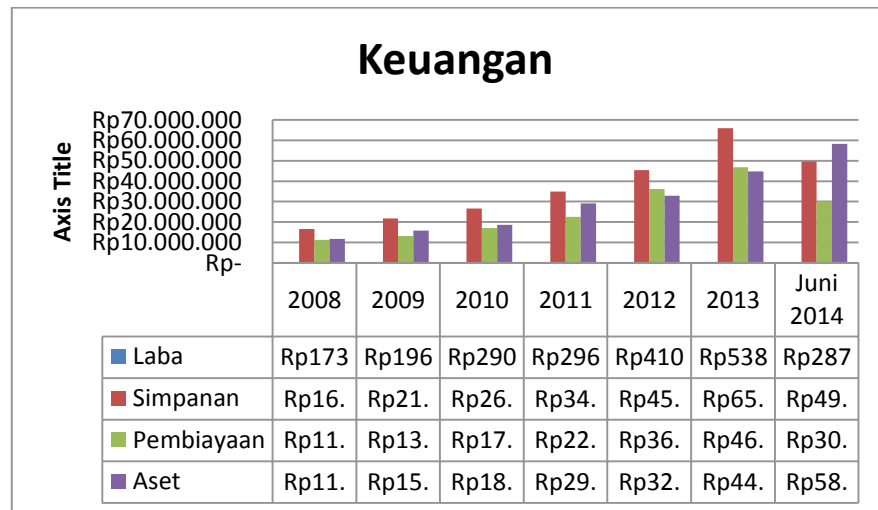
Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa Anggota yang menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta sebagian besar adalah

perdagangan atau bisa disebut sebagian besar anggota BMT BIF Yogyakarta adalah pedagang, dari gambar diatas perdagangan memiliki prosentase sebesar 66%, hal ini membuktikan bahwa betapa BMT BIF Yogyakarta merupakan perusahaan jasa yang mempunyai pangsa pasar di pasar tradisional yang luas.

c. Keuangan

Gambar 4.3

Perkembangan Keuangan BMT BIF Yogyakarta



Sumber: diolah, 2015

Dari grafik diatas dapat dinyatakan bahwa perkembangan keuangan BMT BIF Yogyakarta tahun 2008- Juni 2014 pada laba dan asset selalu mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, sedangkan pada simpanan dan pembiayaan mengalami fluktuasi (naik turun). Pada simpanan terjadi naik turun, hal ini bisa terjadi ketika anggota memiliki kesadaran yang rendah dalam menabung/investasi.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Hasil Penyebaran Kuesioner

Tabel 4.3

Jumlah Populasi dan Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total penyebaran	101
Total pengembalian	101
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
Tingkat pengembalian $(101:101 \times 100)$	100%
Jumlah responden	101
Total kuesioner yang diolah	100
Sampel yang dibutuhkan	100

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa dari hasil 101 kuesioner yang disebar kepada responden, hanya 100 kuesioner yang kembali dan dijadikan sampel dalam penelitian.

b. Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada 1 Maret – 28 Maret 2015 bertempat di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) yang berlokasi di Jl. Rejowinangun No. 28B Kotagedhe Yogyakarta Telp (0274) 4438807 sebagai kantor pusat dan kantor cabang, Jl. Sorogenen No. 116B Nitikan Umbul harjo Yoyakarta Telp (0274) 7450461 sebagai kantor cabang, dan Jl. Bugisan No. 26 Yogyakarta Telp (0274) 370577 sebagai kantor cabang.

Penelitian ini mengambil 100 orang anggota sebagai responden dengan karakteristik yang berbeda- beda. Dalam analisis deskriptif ini dijelaskan beberapa kondisi demografi responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan.

1) Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden berdasarkan usia, dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<20	0	0
20-29	4	4
30-39	42	42
40-49	34	34
>49	20	20
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa BMT BIF banyak diminati oleh anggota yang berumur 30-39 tahun sebesar 42%. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh BMT BIF dianggap mudah dan sesuai dengan usia anggota, sehingga anggota merasa nyaman ketika melakukan transaksi, karena umur karyawan BMT BIF dan anggota tidak terpaut jauh.

2) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki – Laki	43	43
Perempuan	57	57
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa BMT BIF banyak diminati oleh anggota yang mempunyai jenis kelamin perempuan, yakni sebesar 57%, sedangkan anggota yang memiliki jenis kelamin laki-laki yakni, sebesar 43%. Berdasarkan persentase diatas perempuan lebih mendominasi menjadi anggota BMT BIF Yogyakarta. Hal ini dikarenakan sebagian besar pedagang di pasar tradisional adalah perempuan.

3) Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden berdasarkan pendidikan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	5	5%
SMP	24	24%
SMA/SMK	38	38%
Diploma	19	19%
Sarjana	14	14%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa BMT BIF banyak diminati oleh anggota yang mempunyai pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebesar 38%, sedangkan untuk anggota yang lulus SD hanya sebesar 5%.

2. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas pada dasarnya untuk mengukur keandalan dari setiap pertanyaan/pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Berdasarkan penelitian uji validitas yang dihasilkan dapat dijelaskan berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.7**Hasil Pengujian Validitas5**

Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Uji Validitas <i>Service Performance</i>			
1	0,620	0,195	VALID
2	0,578	0,195	VALID
3	0,647	0,195	VALID
4	0,627	0,195	VALID
Uji Validitas <i>Kepuasan Anggota</i>			
5	0,606	0,195	VALID
6	0,498	0,195	VALID
7	0,660	0,195	VALID
8	0,473	0,195	VALID
9	0,470	0,195	VALID
10	0,656	0,195	VALID
11	-0,352	0,195	TIDAK VALID
12	0,627	0,195	VALID
Uji Validitas <i>Loyalitas Anggota</i>			
13	0,571	0,195	VALID
14	0,544	0,195	VALID
15	0,466	0,195	VALID
16	0,341	0,195	VALID
17	0,524	0,195	VALID
18	0,357	0,195	VALID

Sumber : Data diolah, 2015

Hasil output SPSS pada tabel diatas digunakan untuk menilai kevalidan dari masing-masing butir pernyataan yang dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation*. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari tiap butir pernyataan tersebut berniali positif dan besarnya > 0.3 (Sugiyono, 2009: 178). Sehingga dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 1 butir soal yang tidak

valid yaitu pada butir pernyataan no. 11 dengan nilai -0.352 . Keterangan valid ini dihasilkan dengan membandingkan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi $0,05$ dengan uji 2 sisi dan jumlah data $(n) = 100$, maka didapat r tabel sebesar $0,195$ (lihat pada lampiran tabel r). Jika dari r hitung $> r$ tabel, dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel dinyatakan tidak valid.

Dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian validitas, dari 18 butir pernyataan hanya terdapat 17 pernyataan yang dapat dikatakan valid dan 1 diantaranya tidak valid. Hal ini bisa terjadi karena ketidaksungguhan responden dalam mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti.

b. Uji Reliabilitas

Setelah instrument dipastikan akurasinya, kemudian dilakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan *crobach's alpha*. Reliabilitas suatu instrumen variabel dikatakan baik jika memiliki *crobach's alpha* > 0.6 (Ghazali, 2004: 41). Berdasarkan penelitian, uji reliabilitas dapat dijelaskan berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	N of Items
Alpha	
.806	18

Sumber: Data primer diolah, 2015

Dari hasil uji reliabilitas terhadap 18 butir soal dengan nilai “*Cronbach’s Alpha*” sebesar 0,806. Untuk pengujian reliabelnya menggunakan perbandingan nilai *Cronbach’s Alpha* dengan t hitung sebesar 0,195. Jika *Cronbach’s Alpha* lebih besar dari t hitung maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut reliabel. Hasil output diatas menunjukkan dari pengujian 18 butir soal didapatkan hasil yang reliabel karena nilai *Cronbach’s Alpha* (0,806) > dari t hitung (0,195). Artinya, jika pernyataan-pernyataan tersebut digunakan untuk menguji akan didapatkan hasil yang sama.

3. Pembahasan

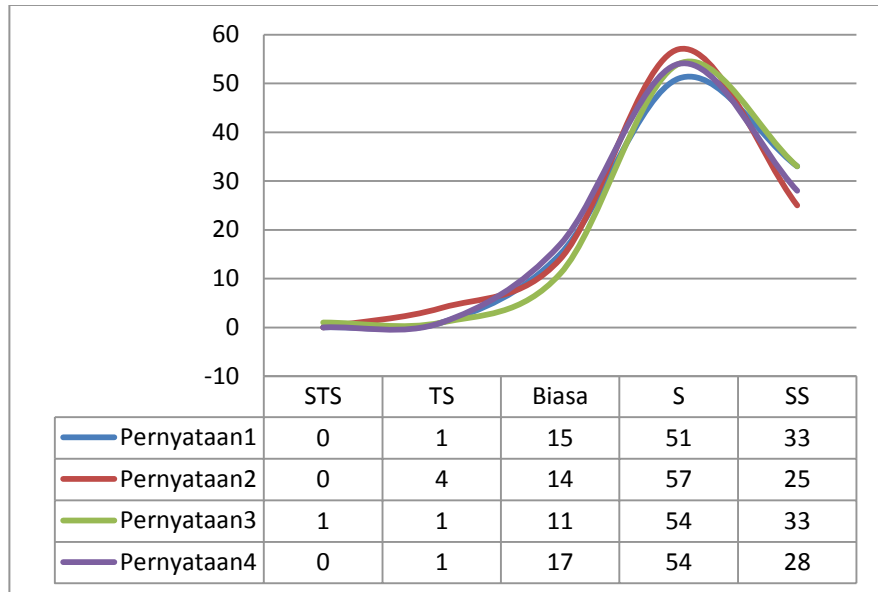
a. Service Performance

Dalam analisis *service performance* ini penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur jawaban responden terhadap pernyataan kuisisioner. Untuk meneliti *service performance* terdapat

4 item pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada 100 responden. Berikut ini hasil dari 100 responden:

Gambar 4.4

Hasil Jawaban Responden



Sumber: Data diolah,2015

Dari grafik hasil jawaban responden diatas, pernyataan pada *service performance* terdapat 4 butir pernyataan, sebagian dari responden menjawab setuju (S). Pernyataan bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta mampu memberikan pelayanan dengan baik,

dengan diakui oleh 57 responden , 43 responden lainnya menjawab sangat setuju, tidak setuju, biasa, dan sangat tidak setuju.

Pernyataan pertama, karyawan BMT BIF Yogyakarta berpenampilan rapi, dari grafik diatas menjelaskan bahwa sebagian dari responden 51 setuju dengan pernyataan tersebut 49 lainnya menjawab sangat setuju, tidak setuju dan biasa. Hal ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa karyawan BMT BIF berpenampilan rapi.

Pernyataan kedua, karyawan BMT BIF Yogyakarta selalu menepati janji, dari grafik diatas menjelaskan bahwa sebagian dari responden yaitu dengan 57 setuju dengan pernyataan bahwa karyawan BMT BIF selalu menepati janji dan 43 lainnya menjawab sangat setuju tidak setuju dan biasa. Hal ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta selalu menepati jika sudah mengadakan janji dengan anggota.

Pernyataan ketiga, karyawan BMT BIF Yogyakarta selalu melayani dengan baik dan sopan. Grafik diatas menjelaskan bahwa sebagian dari responden 54 setuju dengan pernyataan bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta selalu melayani dengan baik dan sopan, 46 lainnya menjawab sangat setuju , biasa, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dapat terjadi karena responden merasa

bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta selalu memberikan pelayanan yang baik dan dengan cara yang sopan.

Pernyataan keempat, pelayanan yang diberikan oleh BMT BIF Yogyakarta tidak berbelit-belit. Grafik diatas menjelaskan bahwa sebagian dari responden, yaitu 54 setuju dengan pernyataan bahwa pelayanan yang diberikan BMT BIF Yogyakarta tidak berbelit-belit, 46 lainnya menjawab sangat setuju, biasa, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh BMT BIF Yogyakarta tidak berbelit-belit dan sangat mudah.

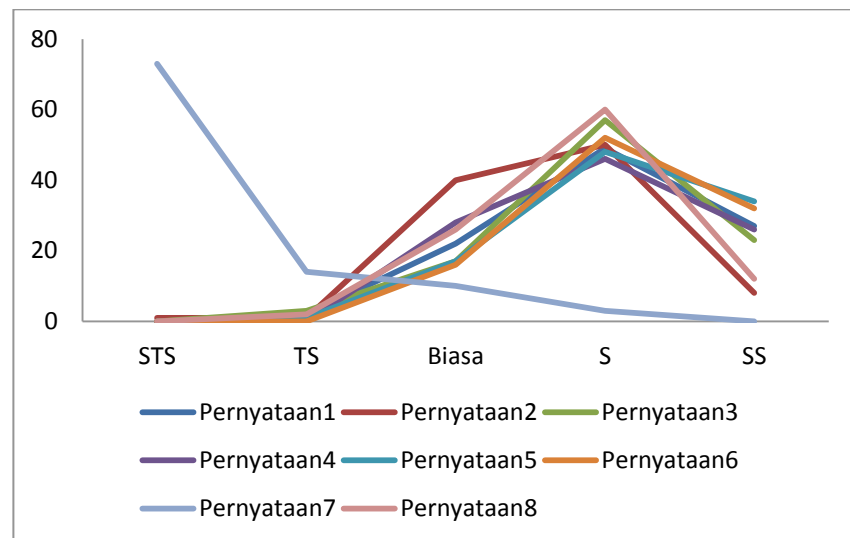
Kenyataan ini menunjukkan bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta sudah bisa memeberikan pelayanan yang terbaik untuk anggota. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memberikan *service performance* yang terbaik bagi anggota dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan anggota. Setelah anggota puas dengan pelayanan yang ada akan muncul rasa loyal pada diri anggota terhadap BMT BIF Yogyakarta. Hal ini akan berdampak positif bagi BMT BIF Yogyakarta, karena semakin banyak anggota yang puas terhadap *service performance* dari BMT BIF Yogyakarta maka anggota akan terus-menerus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh BMT BIF itu sendiri.

b. Kepuasan Anggota

Dalam analisis kepuasan anggota ini penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner. Untuk meneliti kepuasan anggota terdapat 8 item pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada 100 responden. Berikut ini hasil dari 100 responden:

Gambar 4.5

Hasil Jawaban Responden



Sumber: Data diolah, 2015

Dari grafik hasil jawaban responden diatas, pernyataan pada kepuasan anggota terdapat 8 item pernyataan, berbagai macam jawaban yang diberikan oleh responden, sebagian dari responden

menjawab setuju (S). Pernyataan bahwa anggota BMT BIF Yogyakarta sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT BIF Yogyakarta dijabarkan sebagai berikut:

Pernyataan pertama, anggota selalu diperlakukan dengan sopan dan diberikan pelayanan yang cepat dan efisien oleh karyawan BMT BIF Yogyakarta. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 49 setuju pada pernyataan BMT BIF Yogyakarta selalu meberlakukan anggota dengan sopan, cepat dan efisien, 51 diantaranya mempunyai jawaban, biasa, dan sangat setuju. Hal ini dapat terjadi karena BMT BIF Yogyakarta sudah mampu memberika pelayanan yang dibutuhkan oleh anggota.

Pernyataan kedua, BMT BIF memiliki produk-produk unggulan yang ditawarkan kepada anggota dan memberika presentase bagi hasil yang tinggi. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 50 setuju dengan pernyataan bahwa BMT menawarkan produk-produk unggulan dan memberikan persentase bagi hasil yang tinggi kepada anggota, 50 diantaranya mempunyai jawaban, sangat tidak setuju, tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Hal ini dapat terjadi karena BMT BIF Yogyakarta sudah mampu menarik anggota baru dan mempertahankan anggota baru dengan cara menawarkan produk/jasa BMT.

Pernyataan ketiga, biaya administrasi yang ditawarkan oleh BMT BIF Yogyakarta lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 57 setuju dengan pernyataan bahwa biaya administrasi BMT BIF lebih kecil dibandingkan dengan bank konvensional, diantaranya mempunyai jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Hal ini dapat terjadi karena BMT BIF Yogyakarta memang menawarkan biaya administrasi yang tidak mahal atau bisa terbilang kecil dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya.

Pernyataan keempat, anggota menggunakan jasa BMT BIF karena produk yang ditawarkan sudah benar-benar terbebas dari riba. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 46 setuju dengan pernyataan bahwa anggota menggunakan jasa BMT BIF karena produk-produk yang ditawarkan sudah benar-benar terbebas dari riba, 55 diantaranya mempunyai jawaban yang bermacam-macam, yaitu sangat tidak setuju, biasa, tidak setuju dan sangat setuju. Hal ini bisa terjadi karena anggota BMT memang mayoritas beragama islam, sehingga mereka sedikit mengetahui tentang bagaimana cara berniaga yang sesuai dengan ajaran islam.

Pernyataan kelima, BMT BIF dapat dipercaya untuk dijadikan mitra usaha. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 48

setuju dengan pernyataan bahwa BMT BIF dapat dipercaya untuk dijadikan mitra usaha, 52 diantaranya mempunyai jawaban, sangat tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Pada pernyataan ini, hanya 1 anggota yang memilih sangat tidak setuju, hal ini dapat terjadi karena anggota merupakan anggota yang terhitung masih baru menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta. Responden yang memberikan jawaban setuju ini terjadi karena anggota memang sudah merasakan hasil yang ia dapatkan setelah menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta tersebut.

Pernyataan keenam, BMT BIF mempunyai citra yang bagus dimata masyarakat. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 52 setuju dengan pernyataan bahwa BMT BIF Yogyakarta mempunyai citra yang bagus dimata masyarakat, 48 diantaranya memilih jawaban biasa, dan sangat setuju. Pada pernyataan ini tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, hal ini dikarenakan anggota memang mendapatkan info yang baik dari media sosial atau tetangga tentang citra BMT BIF Yogyakarta. Untuk responden yang memberikan jawaban setuju, hal ini terjadi karena anggota memang mendapatkan informasi yang baik dari BMT BIF Yogyakarta.

Pernyataan ketujuh, anggota menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta karena paksaan. Berdasarkan grafik diatas responden

73 sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa anggota menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta karena paksaan, 27 diantaranya memiliki jawaban, tidak setuju, biasa, dan setuju. Dalam pernyataan ini tidak ada anggota yang memberi jawaban sangat setuju, hal ini dikarenakan anggota BMT BIF Yogyakarta tidak merasakan paksaan untuk menggunakan jasa BMT BIF ini, justru sebaliknya, BMT BIF sangat membantu mereka dalam pengembangan usahanya.

Pernyataan kedelapan, BMT BIF Yogyakarta mampu menawarkan kepada saya, produk dan jasa yang saya butuhkan. Berdasarkan grafik diatas jawaban yang diberikan oleh responden 60 setuju dengan pernyataan bahwa BMT BIF mampu menawarkan kepada anggota, produk dan jasa yang mereka butuhkan, 40 diantaranya memiliki jawaban, tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Dalam pernyataan ini tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju, karena menurut anggota BMT BIF Yogyakarta mampu memenuhi kebutuhan anggota dengan produk yang ditawarkan.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa anggota BMT BIF Yogyakarta, sudah merasa puas dengan layanan, produk, dan jasa yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta sudah bisa memberikan pelayanan yang terbaik

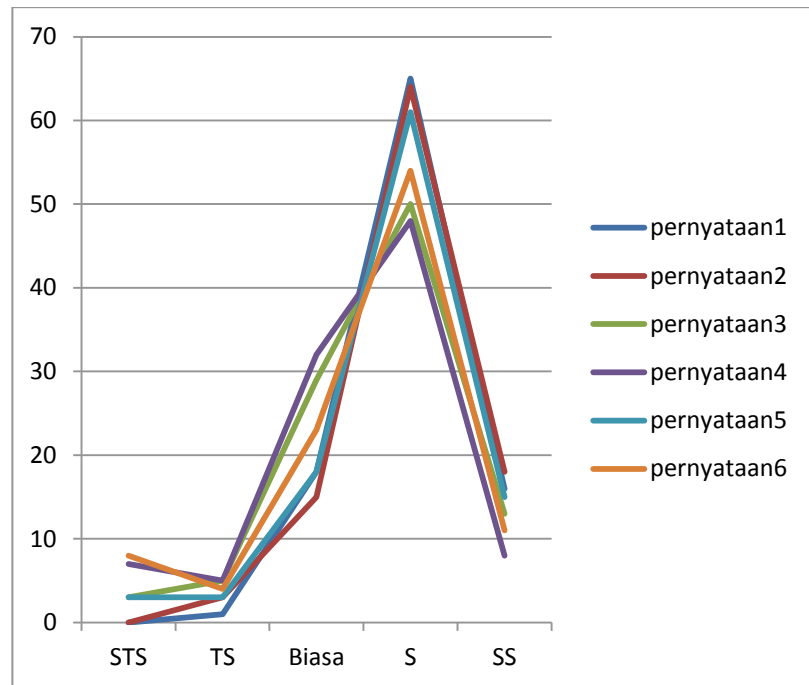
untuk anggota. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memberikan *service performance* yang terbaik bagi anggota dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan anggota. Setelah anggota puas dengan pelayanan yang ada akan muncul rasa loyal pada diri anggota terhadap BMT BIF Yogyakarta. Hal ini akan berdampak positif bagi BMT BIF Yogyakarta, karena semakin banyak anggota yang puas terhadap *service performance* dari BMT BIF Yogyakarta maka anggota akan terus-menerus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh BMT BIF itu sendiri.

c. Loyalitas Anggota

Dalam analisis loyalitas anggota ini penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner. Untuk meneliti loyalitas anggota terdapat 6 item pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada 100 responden. Berikut ini hasil dari 100 responden:

Gambar 4.6

Hasil Jawaban Responden



Sumber: Data diolah, 2015

Dari grafik hasil jawaban responden diatas, pernyataan pada loyalitas anggota terdapat 6 item pernyataan, berbagai macam jawaban yang diberikan oleh responden, sebagian dari responden menjawab setuju (S). Pernyataan bahwa anggota BMT BIF Yogyakarta sudah merasa loyal dengan BMT BIF Yogyakarta dijabarkan sebgai berikut:

Pernyataan pertama, guna kemajuan anggota, maka anggota akan menggunakan jasa/ produk yang ditawarkan oleh BMT BIF

Yogyakarta. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden, 65 setuju dengan pernyataan bahwa anggota akan menggunakan jasa/produk yang ditawarkan oleh BMT BIF, 35 diantaranya memiliki berbagai macam jawaban, yaitu tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Pada pernyataan ini tidak ada anggota yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini terjadi karena anggota sudah merasa nyaman menggunakan jproduk/jasa yang ditawarkan oleh BMT BIF Yogyakarta.

Pernyataan kedua, anggota akan menggunakan produk/jasa BMT BIF Yogyakarta secara berkelanjutan. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden, 64 setuju dengan pernyataan diatas, dimana anggota akan menggunakan jasa BMT secara berkelanjutan, 36 diantaranya memiliki jawaban, tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Hal ini dapat terjadi karena anggota yang sudah menggunakan jasa BMT BIF Yogyakarta sudah merasa nyaman, sehingga muncullah sikap percaya, seorang anggota yang sudah percaya dengan apa yang sudah ia gunakan maka ia akan terus menerus menggunakannya,.

Pernyataan ketiga, anggota tidak akan berpaling dari BMT BIF Yogyakarta apabila banyak tawaran dari luar yang menggiurkan. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden, 50 dengan pernyataan bahwa anggota tidak akan berpaling ketika ada

tawaran dari luar yang lebih menggiurkan, 50 diantaranya memiliki jawaban sangat tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Pada pernyataan ini responden tidak ada yang menjawab tidak setuju, adapun responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 3 responden, hal ini dapat terjadi karena anggota tersebut memang tidak hanya menggunakan jasa BMT saja, tetapi menggunakan jasa diluar BMT BIF Yogyakarta. Untuk responden yang mempunyai jawaban setuju terjadi karena anggota sudah sangat percaya terhadap jasa yang digunakannya.

Pernyataan keempat, anggota mengerti dengan jelas perbedaan antara produk BMT dengan bank konvensional. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden, 48 setuju dengan pernyataan bahwa anggota mengerti dengan jelas perbedaan lembaga keuangan syariah (BMT) dengan bank konvensional, 62 diantaranya menjawab dengan jawaban, sangat tidak setuju, tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Dari jawaban diatas dapat dijelaskan bahwa anggota BMT BIF tidak semuanya mengetahui perbedaan antara produk BMT dengan produk bank konvensional. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya wawasan anggota itu sendiri, dan bisa juga dikarenakan karyawan, lebih tepatnya *marketing* kurang efisien dalam menawarkan atau mengenalkan produk/ jasa yang ditawarkan oleh BMT BIF Yogyakarta kepada anggota.

Pernyataan kelima, anggota akan menyarankan orang lain agar menggunakan produk/jasa BMT BIF Yogyakarta. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden, 61 setuju dengan pernyataan bahwa anggota akan menyarankan orang lain agar menggunakan produk/jasa BMT BIF Yogyakarta, 39 diantaranya memiliki jawaban, sangat tidak setuju, biasa, dan sangat setuju. Hal ini terjadi karena memang anggota terkadang menawarkan kepada sanak saudara tentang jasa BMT BIF Yogyakarta, hal ini membuktikan bahwa anggota loyal terhadap BMT BIF Yogyakarta.

Pernyataan keenam, anggota sering memberikan kritik dan saran kepada BMT BIF Yogyakarta. Berdasarkan grafik diatas jawaban responden 54 setuju dengan pernyataan diatas, 56 diantaranya memiliki jawaban sangat tidak setuju, biasa, sangat setuju. Dengan adanya variasi jawaban maka dapat dinyatakan bahwa tidak semua anggota memberikan saran dan kritik kepada petugas BMT BIF, karena terkadang anggota hanya memilih sibuk dengan pekerjaannya, jadi untuk hal-hal yang seperti kritik dan saran dianggap tidak penting. Dari hasil jawaban responden diatas menunjukkan bahwa ada juga anggota yang mau memberika kritik dan saran kepada BMT BIF Yogyakarta, hal ini diperlukan untuk

mempererat hubungan antara anggota dengan petugas BMT BIF Yogyakarta.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa anggota BMT BIF Yogyakarta, merasa loyal dengan BMT BIF Yogyakarta, hal ini muncul karena mereka puas dengan dengan layanan, produk, dan jasa yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan BMT BIF Yogyakarta sudah bisa memberikan pelayanan yang terbaik untuk anggota. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memberikan *service performance* yang terbaik bagi anggota dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan anggota. Setelah anggota puas dengan pelayanan yang ada akan muncul rasa loyal pada diri anggota terhadap BMT BIF Yogyakarta. Hal ini akan berdampak positif bagi BMT BIF Yogyakarta, karena semakin banyak anggota yang puas terhadap *service performance* dari BMT BIF Yogyakarta maka anggota akan terus-menerus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh BMT BIF itu sendiri.

4. Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

a. Hasil analisis regresi berganda sebelum dimoderasi:

Tabel 4.9

Hasil Uji Regresi Brganda tanpa Moderasi

Model Summary (b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 (a)	.237	.221	1.743

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Anggota, *Service Performance*

b. Dependent : Loyalitas Anggota

Sumber : Data diolah, 2015

1) Koefisien Korelasi Regresi Linear

Tabel 4.10

Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat Rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Sedang
0.600 – 0.799	Kuat
0.800 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono, Metode Penelitian Bisnis

Hasil dari penelitian ini adalah nilai R^2 sebesar 0.487 berdasarkan tabel pedoman diatas, maka hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel *service performance* (X_1) dan kepuasan anggota (X_2) terhadap loyalitas anggota (Y).

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel *Model Summary*^b menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.221. Hal ini berarti variabel *service performance* dan kepuasan anggota secara bersama dapat menjelaskan sebesar 22.1% variabel loyalitas anggota. Adapun sisanya sebesar 77.9% dijelaskan oleh faktor atau variabel yang lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Sedangkan *Standar Error Estimate* (SEE) adalah sebesar 1.743, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen (Singgih, 2000: 167)

3) Persamaan Regresi Berganda

c. Pengujian Persamaan Regresi Berganda Tanpa Moderasi

Tabel 4.11

Hasil Uji Regresi Tanpa Moderasi

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Sig.
Konstanta	7.081	.000
<i>Service Performance</i>	.217	.052
Kepuasan Anggota	.170	.012

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai *Constant* 7.081, *service performance* 0.217, dan kepuasan anggota 0.170 sehingga analisis regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 7.081 + 0.217 (X_1) + 0.170 (X_2) + e$$

Variabel *service performance* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kecenderungan loyalitas anggota., dengan koefisien regresi sebesar 0.217 yang artinya jika faktor *service performance* meningkat sebesar 1 satuan maka kecenderungan loyalitas anggota akan meningkat sebesar 0.217 atau 21.7%

Pada variabel kepuasan anggota (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas anggota, dengan koefisien regresi 0.170 yang

artinya jika faktor kepuasan anggota meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 0.170 atau 17%.

Berdasarkan data diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ketika terjadi kenaikan pada variabel independen, maka terjadi perubahan kenaikan pula pada variabel dependen.

1) Pengujian Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini tabel hasil Uji parsial (Uji t) :

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1 (Constant)	7.081	1.532		4.621	.000
ServicePerformance	.217	.110	.247	1.969	.052
KepuasanAnggota	.170	.076	.280	2.239	.027

a. Dependent Variable:

LoyaitasAnggota

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel *coefficient* di atas, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara

parsial atau individual terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis yang akan diuji untuk variabel *service performance* (X_1) akan dirumuskan sebagai berikut:

H_{a1} : *Service performance* berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota.

H_{o1} : *Service performance* (X_1) tidak berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel *service performance* memiliki sig 0.052, ini berarti nilai probabilitas sig lebih besar dari nilai probabilitas 0.05 atau ($0.052 > 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *service performance* tidak berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota atau dalam artian H_a ditolak dan H_o diterima.

b. Hipotesis yang akan diuji untuk variabel kepuasan anggota (X_2) akan dirumuskan sebagai berikut:

H_{a2} : Diduga kepuasan anggota memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

H_{o2} : Diduga kepuasan anggota tidak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan anggota memiliki sig 0.027, ini berarti nilai probabilitas sig lebih besar dari nilai probabilitas 0.05 atau ($0.027 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota atau dalam artian H_a diterima dan H_o ditolak.

b) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama (secara simultan) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel independen (Y). Berikut ini hasil uji signifikansi simultan:

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	91.606	2	45.803	15.069	.000 ^b
Residual	294.834	97	3.040		
Total	386.440	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), kepuasan, service performance

Sumber: Data diolah, 2015

Hipotesis untuk uji simultan akan dirumuskan sebagai berikut:

H_{a3} : Diduga *service performance* dan kepuasan anggota berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

H_{o3} : Diduga *service performance* dan kepuasan anggota tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

Dari uji ANOVA atau F_{test} didapat nilai F_{hitung} sebesar 15.069 dengan nilai probabilitas 0.000. Hal ini berarti nilai probabilitas lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Maka terdapat pengaruh secara simultan antara *service performance* dan kepuasan

nasabah terhadap loyalitas nasabah, dalam artian H_a diterima dan H_o ditolak.

1. Pengujian Persamaan dengan Moderasi

a. Hasil analisis regresi berganda dengan dimoderasi:

Tabel 4.14

Model Summary (b)

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.522 (a)	.272	.250	1.711

a. Predictors: (Constant), Moderasi, *Service Performance*, Kepuasan

b. Dependent : Loyalitas Anggota

Sumber : Data primer diolah, 2015

b. Koefisien Korelasi Regresi Linear

Tabel 4.15

Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat Rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Sedang
0.600 – 0.799	Kuat
0.800 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono, Metode Penelitian Bisnis

Hasil dari penelitian ini adalah nilai R sebesar 0.522 berdasarkan tabel pedoman diatas, maka hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel *service performance* (X_1) dan kepuasan anggota (X_2) terhadap loyalitas anggota (Y), setelah dimoderasi dengan kepuasan anggota.

c. Pengujian Persamaan Regresi Berganda dengan Moderasi

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi dengan Moderasi

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Sig.
Konstanta	-8.273	.257
<i>Service Performance</i>	1.177	.012
Kepuasan Anggota	.776	.009
Moderasi	-0.37	.033

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian diatas, hasil uji regresi antara variabel-variabel dependen serta independen yang telah dimoderasi oleh variabel kepuasan (X_{mod}) terhadap loyalitas. Adapun hasil pengujian yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

Service performance, berdasarkan hasil uji regresi berganda dengan moderasi nilai B yang positif dengan nilai 1.177. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0.012 atau lebih kecil dari 0.05 ($0.012 < 0.05$). Pada pengujian setelah moderasi hasil analisis pada

variabel *service performance* menjadi berpengaruh. Berdasarkan hasil uji dengan moderasi, maka dapat dinyatakan bahwa setiap penambahan suatu *service performance* akan mempengaruhi loyalitas sejumlah nilai B yang diperoleh dari hasil pengujian.

Kepuasan anggota, berdasarkan hasil uji regresi dari variabel moderasi sendiri berniali positif yaitu dengan nilai B sebesar 0.776, dengan signifikansi 0.009 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.009 < 0.05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan mempengaruhi loyalitas.

Moderasi, berdasarkan hasil uji regresi dengan moderasi nilai koefisien B sebesar -0.037 terhadap loyalitas, dengan signifikansi 0.033 lebih kecil dari 0.05 ($0.033 < 0.05$). Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan anggota mempunyai nilai negative, prediksi nilai negative mengindikasikan bahwa efek moderasi yang diberikan adalah negative, artinya kepuasan anggota memberi efek memperlemah pengaruh *service performance* terhadap loyalitas anggota.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai *Constant* -8.273, *service performance* 1.177, kepuasan anggota .776, dan moderasi sebesar -0.37 sehingga analisis regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -8.273 + 1.177 (X_1) + 0.776 (X_2) - 0.37 (X_1 * X_2) + e$$

Berdasarkan data diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ketika terjadi kenaikan pada variabel independen, maka terjadi perubahan kenaikan pula pada variabel dependen.

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji Determinasi (R^2)

Hasil uji determinasi pada variabel independen dasar dan variabel dependen yang telah dimoderasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji R^2 dengan Moderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.272	.250	1.711

a. Predictors: (Constant), moderasi, kepuasan, serviceperformance

Sumber: Data primer diolah, 2015

Hasil uji regresi dengan moderasi perhitungan R^2 sebesar 0.272. berdasarkan nilai tersebut maka dapat didimpulkan bahwa R^2 sebesar 27,2% terhadap loyalitas. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa *service performance* dan kepuasan

anggota berpengaruh terhadap variabel loyalitas anggota. Sedangkan sisanya sebesar 72.8 dijelaskan oleh variabel lain yang ada diluar model penelitian.

Pada tabel *Model Summary*^b menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.250. Hal ini berarti variabel *service performance* dan kepuasan anggota secara bersama dapat menjelaskan sebesar 2.50% variabel loyalitas anggota. Adapun sisanya sebesar 97.5% dijelaskan oleh faktor atau variabel yang lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Sedangkan *Standar Error Estimate* (SEE) adalah sebesar 1.711, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen (Singgih, 2000: 167).

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang telah dimoderasi secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian uji parsial adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_a$ diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_o$ ditolak

Berikut ini tabel hasil pengujian parsial (Uji t) :

Tabel 4.18
Hasil Uji t dengan Moderasi

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
	(Constant)	-8.273	7.263		-1.139	.257
1	serviceperformance	1.177	.457	1.339	2.574	.012
	kepuasan	.776	.290	1.280	2.674	.009
	moderasi	-.037	.017	-1.941	-2.161	.033

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel *coefficient* di atas, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis yang akan diuji untuk variabel *service performance* (X_1) akan dirumuskan sebagai berikut:

H_{a1} : *Service performance* berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota.

H_{o1} : *Service performance* (X_1) tidak berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel *service performance* memiliki sig 0.012, ini berarti nilai probabilitas sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau ($0.012 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *service performance* berpengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota setelah dimoderasi dengan variabel kepuasan anggota atau dalam artian H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Hipotesis yang akan diuji untuk variabel kepuasan anggota (X_2) akan dirumuskan sebagai berikut:

H_{a2} : Diduga kepuasan anggota memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta

H_{o2} : Diduga kepuasan anggota tidak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan anggota memiliki sig 0.009, ini berarti nilai probabilitas sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau ($0.009 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas

anggota setelah dimoderasi dengan variabel kepuasan anggota atau dalam artian H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa variabel moderasi memberikan nilai koefisien sebesar -0.037 dengan signifikansi 0.033.

3) Uji Signifikansi (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen dan variabel moderasi secara bersama-sama (secara simultan) terhadap variabel dependen. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, berikut tabel hasil uji F:

Tabel 4.19

Hasil Uji F dengan Moderasi

ANOVA^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	105.281	3	35.094	11.982	.000 ^b
	Residual	281.159	96	2.929		
	Total	386.440	99			

a. Dependent Variable: loyalitas

b. Predictors: (Constant), moderasi, kepuasan, serviceperformance

Sumber: Data primer diolah, 2015

Dari uji ANOVA atau F_{test} didapat nilai F_{hitung} sebesar 11.982 dengan nilai probabilitas 0.000. Hal ini berarti nilai probabilitas lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Maka terdapat pengaruh secara simultan antara *service performance* dan kepuasan anggota sebagai moderating variabel terhadap loyalitas anggota. Dengan demikian dapat disimpulkan model signifikan dan dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas anggota melalui *service performance*, kepuasan anggota dan moderasi.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Service Performance* dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *service performance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota BMT BIF Yogyakarta. Hal ini terlihat dari hasil regresi yang diperoleh dari signifikansi t sebesar 1.969 dengan koefisien regresi sebesar 0.052 yang mana koefisien regresi melebihi 0.05 ($0.052 > 0.05$). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa *service performance* berpengaruh positif terhadap loyalitas. Diah Dharmayanti menyimpulkan bahwa

service performance berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota.

2. Pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota BMT BIF Yogyakarta. Hal ini terlihat dari hasil regresi yang diperoleh dari signifikansi t sebesar 2.239 dengan koefisien regresi sebesar 0.027 dimana koefisien regresi lebih kecil dari 0.05 ($0.027 < 0.05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika seorang anggota merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh BMT BIF Yogyakarta maka seorang anggota akan menjadi loyal terhadap BMT BIF Yogyakarta.

3. Pengaruh *Service Performance* dan Kepuasan Anggota sebagai *Variable Moderating* terhadap Loyalitas Anggota

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel moderasi terbukti signifikan dalam mempengaruhi *service performance* terhadap loyalitas anggota, prediksi nilai negative mengindikasikan bahwa efek moderasi yang diberikan adalah negative, artinya kepuasan

anggota memberi efek memperlemah pengaruh *service performance* terhadap loyalitas anggota.

Hasil menunjukkan bahwa kepuasan anggota (b2) dan moderator (b3) sama-sama signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah adalah variabel quasi moderator atau dapat digunakan sebagai variabel independen sekaligus variabel moderator.