

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK
BERSYARI'AH
(STUDI KASUS BMT FAJAR di BANDAR LAMPUNG)****Oleh :****Khalid Apriansah**

Kualitas jasa (pelayanan) merupakan kunci dari loyalitas nasabah (konsumen). Untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik BMT Fajar dalam perkembangannya dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Lembaga yang dikelola dengan profesional akan memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga menumbuhkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah terhadap BMT Fajar merupakan faktor yang penting agar jumlah nasabah lebih optimal. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank Bersyari’ah (Studi Kasus BMT Fajar Di Bandar Lampung).”

Masalah yang dihadapi BMT pada umumnya adalah sedikitnya produk yang dimiliki oleh BMT dibandingkan dengan produk yang dimiliki bank syari’ah. Selain itu sistem pemasaran yang masih bersifat lokal karena keterbatasan modal usaha. Hal ini juga dialami oleh BMT Fajar Bandar Lampung. Selain dua hal tersebut tingkat persaingan di Bandar Lampung pun tinggi karena adanya BMT lain dan Bank-Bank Syariah yang mulai menggeliat di Bandar Lampung. Namun dengan keterbatasan tersebut BMT Fajar dapat bertahan bahkan nasabahnya cenderung meningkat 3 tahun terakhir. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas dari pelayanan BMT Fajar Bandar Lampung terhadap nasabahnya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung terhadap loyalitas nasabah. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah “Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Fajar Bandar Lampung”.

Populasi dalam penelitian ini adalah 429 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin sehingga didapat 81 sampel, teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan

pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang dibagikan peneliti kepada nasabah di BMT Fajar Bandar Lampung. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Uji hipotesis terdiri dari Uji simultan dan Uji Parsial, sedangkan pengolahan datanya menggunakan SPSS 16.00 *for Windows*.

Dari hasil pengolahan data penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda didapat rumus $Y = 0,697 + 0,128X_1 + 0,039X_2 + (-0,026)X_3 + 0,398X_4 + 0,732X_5$ dan besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah 52,7%., sehingga diketahui $X_1 = 0,128$, $X_2 = 0,039$, $X_3 = -0,026$, $X_4 = 0,398$, $X_5 = 0,732$ serta R^2 sebesar 0,527. Berdasarkan uji f menunjukkan bahwa p value (sig) sebesar 0.000 yang dibawah alpha 5% yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Fajar. Berdasarkan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa variabel independen menjelaskan variabel dependen sebesar 52,7%, sedang yang 47,3% dijelaskan oleh variabel lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis. Dengan ini hipotesis dalam penelitian ini yaitu Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah diterima.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebaiknya BMT “Fajar” Bandar Lampung perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya cara yang bisa ditempuh adalah dengan mengadakan pelatihan dan pembinaan secara rutin dalam rangka peningkatan kualitas SDM yang ada khususnya SDM yang banyak berhubungan langsung dengan nasabah. Seperti peningkatan pengetahuan karyawan tentang produk BMT, cara menanggapi keluhan nasabah secara cepat dan tepat, menjelaskan secara detail produk kelebihan dan kekurangannya sebelum nasabah memilih produk tersebut sehingga jika kelak terjadi hal yang tak diinginkan maka nasabah tidak merasa ditipu. Serta loyalitas nasabah yang ada tetap dijaga dan dipertahankan

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas.