

**PENERAPAN NILAI ISLAM DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA BMT BINA UMAT MANDIRI
SANGGRAHAN SUKOHARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**TRI VELGOWATI
NIM. 19.52.31.173**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**PENERAPAN NILAI ISLAM DAN PELAYANAN PRIMA
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA BMT
BINA UMAT MANDIRI SANGGRAHAN
SUKOHARJO**

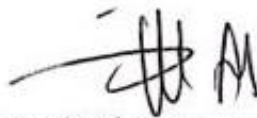
SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

TRI VELGOWATI
NIM. 19.52.31.173

Sukoharjo, 30 Agustus 2023



Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I, M.SI
NIP. 198011302015031003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : TRI VELGOWATI

NIM : 195231173

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul "**Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan**".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 30 Agustus 2023



Tri Velgowati

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : TRI VELGOWATI

NIM : 195231173

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul "**Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan**".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 30 Agustus 2023



Iri Velgowati

Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdri : Tri Velgowati

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Tri Velgowati NIM: 195231173 yang berjudul:

“Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

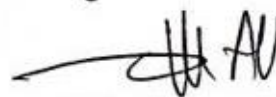
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 30 Agustus 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I, M.Si

NIP. 198011302015031003

**PENERAPAN NILAI ISLAM DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA BMT BINA UMAT MANDIRI
SANGGRAHAN SUKOHARJO**

Oleh :

TRI VELGOWATI
NIM. 19.52.31.173

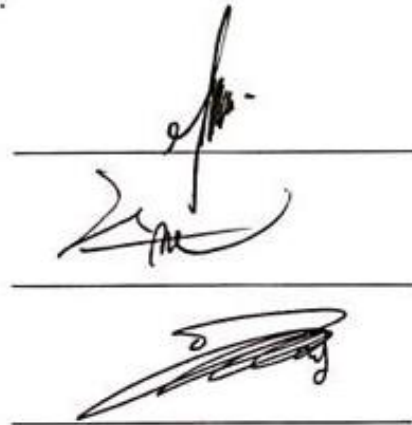
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Kamis tanggal 05 Oktober 2023 M / 19 Rabiul Awal 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I
NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II
Ahmad Indarta, M.E.
NIP. 19890327 201810 1 171

Penguji III
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rafmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap." (QS. Al-Insyirah: 6-8)

Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali. (Nelson Mandela)

Your duas are never rejected. They are answered in different ways.

Never stop learning, because life never stop teaching.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, kupersembahkan skripsi ini dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati kepada :

1. Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Skripsi ini saya juga persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya yaitu kedua orang tua saya, Bapak Sajiman dan Ibu Sri Muryanti yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa dengan penuh ketulusan hati.
3. Adik saya tercinta, Rizky Febrian yang telah menghibur dan memberikan semangat untuk saya.
4. Muhammad Fajar Satria, Partner Spesial yang sudah menemani, memberikan semangat serta dukungan untuk saya.
5. Teman-teman saya Dinda Tata Maharani, Ayu Daning Saputri, Vina Irnawati dan VaniRohmasari.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan yang terbaik ini penulis mengucapkan terima kasih dengan setulus hati kepada :

1. Prof . Dr. H. Mudofir , S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri RadenMas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Kepala Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi

yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua, Bapak Sajiman dan Ibu Sri Muryanti yang selama ini senantiasa memberikan dukungan penuh dalam hal apapun, dan mendoakan disetiap sujudnya dengan keikhlasannya dan dengan ketulusan hatinya. Serta memberikan doa dalam setiap langkah penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik tercinta, Rizky Febrian yang telah menghibur penulis dan memberikan semangat penulis.
9. Nenek dan kakak tercinta, Mbah Sri Rahayu dan Rustiana Marheni yang sudah memberikan dukungan serta memberikan semangat dengan sepuh hati.
10. Partner tersayang, Mas Muhammad Fajar Satria yang selalu menemani dan selalu menjadi support system penulis, menjadi teman bertukar pikiran, mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan serta penyemangat penulis, senantiasa sabar dan setia menunggu penulis hingga saat ini.
11. Sahabat spesial, Dinda Tata Maharani yang sedari dulu menemani, selalu memberi inspirasi untuk terus melangkah maju, selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan doa, dukungan serta semangat.
12. Teman-teman seperjuangan, Vina dan Vani serta teman-teman

lainya. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.

13. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dalam menyelesaikan penulisan skripsi, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya.
14. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Terhadap semuanya tiada kiranya dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amiin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 30 Agustus 2023

Tri Velgowati

ABSTRAK

BMT adalah lembaga keuangan syariah non bank di Indonesia sebagai lembaga perantara keuangan yang bergerak di bidang keuangan mikro syariah. Sebagai lembaga keuangan mikro. BMT saat ini telah berkembang dan mengalami persaingan yang ketat. Sehingga hal tersebut menuntut BMT untuk meningkatkan daya saing serta kemampuan secara profesional dalam menarik anggota untuk memasarkan produknya. Persaingan lembaga keuangan saat ini tidak hanya berfokus pada produk, melainkan berfokus pada pelayanan yang disediakan agar mampu menciptakan kepuasan anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan nilai Islam dan pelayanan prima terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan

populasi anggota BMT Bina Umat Mandiri. Sampel penelitian ini yakni anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan sebanyak 105 orang.

Teknik pengambilan sampel atau lebih di kenal dengan kata *sampling* merupakan metode yang akan digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Probability Sampling*, teknik ini merupakan cara pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh unsur populasi yang dipilih untuk menjadi anggota sampel dengan kriteria paling sedikit 6 bulan menjadi anggota aktif BMT Bina Umat Mandiri.

Kata kunci : Penilaian Islam; Pelayanan Prima; Kepuasan Anggota

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	3
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	4
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	6
PERSEMBAHAN.....	8
KATA PENGANTAR	9
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Jadwal Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori	15
2.2.1 Kepuasan Anggota	15
2.2.2 Nilai Islam.....	18
2.2.3 Pelayanan Prima.....	20
2.2 Teori TPB (Theory of Planned Behavior).....	24
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25

2.4	Kerangka Berfikir	27
3.1	Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian	30
3.2	Jenis Penelitian	30
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4	Data dan Sumber Data.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1	Kuisisioner.....	33
3.6	Variabel Penelitian	34
3.6.1	Variabel Bebas (variabel independen).....	34
3.6.2	Variabel Terikat (variabel dependen)	35
3.7	Definisi Operasional Variabel	35
3.8	Teknik Analisis Data	36
3.8.1	Metode Analisis Data	37
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.8.4	Uji Hipotesis	40
3.8.5	Koefisien Determasi (R ²)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambar Umum Penelitian	42
4.2	Karakteristik Responden	42
4.3	Pengujian dan Analisis Data.....	44
4.3.1	Uji Validitas	44
4.3.2	Uji Reabilitas	46
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.3.4	Uji Regresi Linier Berganda	50
4.4	Uji Ketetapan Model	52

4.4.1 Uji Signifikan (Uji T)	54
4.5 Analisis dan Pembahasan	56
4.5.1 Penerapan nilai Islam Terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri.....	56
4.5.2 Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan anggota	57
4.5.3 Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Secara Simultan Terhadap Kepuasan Anggota.....	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelaku IKNB Syariah Tahun 2018-2022.....	3
Tabel 1. 2 Jumlah anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo	5
Tabel 1. 3 Data laba keuangan BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2. 2 Kerangka Berfikir	27
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Indikator dan Variabel	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedasitas	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Determinasi.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	76
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS 23.....	85
Lampiran 4 Jadwal Penelitian	91
Lampiran 5 Dokumentasi	92
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	93
Lampiran 7 Bukti Plagiasi.....	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia telah membuat berbagai prestasi, mulai dari keunggulan produk serta layanan hingga infrastruktur yang lebih kompleks. Ada dua kategori lembaga keuangan di Indonesia: lembaga keuangan bank dan non-bank (Ni'matul Jannah, 2021).

Bank ialah lembaga keuangan yang terfokus untuk mengumpulkan uang dari orang-orang kemudian memberikannya kembali kepada orang-orang yang membutuhkan uang, baik dalam bentuk pinjaman maupun kredit. Bank syariah di Indonesia secara umum mengalami pertumbuhan yang sangat menggembirakan, hal ini terbukti dengan semakin dikenalnya perbankan syariah hampir di semua lapisan masyarakat (Firdaus & Alawiyah, 2021).

Namun, lembaga keuangan syariah non-bank ialah salah satu jenis lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaan dananya. Setelah Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dikeluarkan, lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang signifikan (Aisyah, Susilowati, & Muslim, 2018).

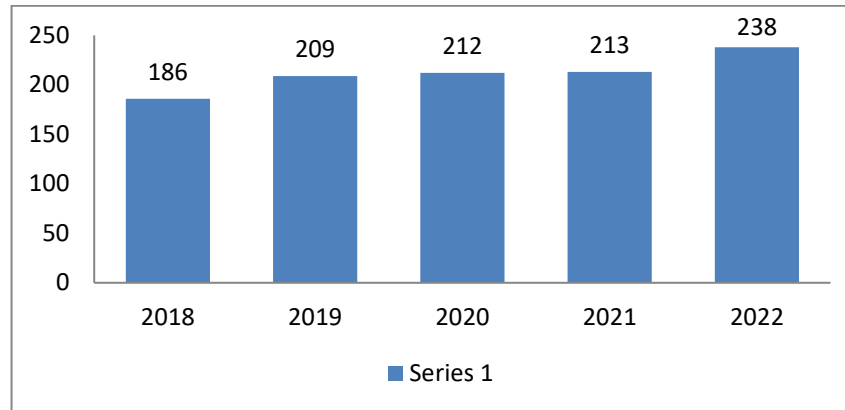
Banyaknya lembaga keuangan non-Bank syariah yang hadir masih menimbulkan kesenjangan, dimana tidak semua lembaga mampu memberikan dana kepada seluruh lapisan masyarakat. Tidak semua lembaga keuangan non-Bank syariah mampu dijangkau maupun diakses oleh masyarakat serta pelaku usaha mikro. Suntikan modal terus dibutuhkan oleh pelaku usaha mikro agar dapat

merintis usahanya, namun sayangnya masih belum memenuhi kriteria penerima modal karena pihak lembaga keuangan khawatir apabila terjadi kemacetan atau keterlambatan pada saat pengembalian dana. Oleh karena itu, pemerintah mulai berfikir untuk mendirikan sebuah lembaga yang membawahi lembaga keuangan mikro dengan prinsip syariah agar mampu dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah kebawah (Solekha et al., 2021).

Bank syariah adalah perusahaan yang beroperasi di bidang jasa dan keuangan berdasarkan prinsip syariah. Selama beberapa tahun terakhir, perbankan syariah di Indonesia telah muncul dan berperan sebagai fasilitator bagi dunia usaha. Perbankan syariah Indonesia meliputi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Manggala, 2020).

Mengacu pada Statistik Industri Keuangan non-Bank Syariah yang diterbitkan oleh OJK, aset IKNB (Industri Keuangan Non Bank) Syariah pada akhir tahun 2020 meningkat 9,60% dari tahun sebelumnya. Peningkatan aset yang diperoleh sebesar Rp. 116.194 miliar dari tahun sebelumnya yaitu Rp. 106.019 miliar. Kemudian pada akhir tahun 2022 mampu meningkat / tumbuh menjadi 15,87% lebih tinggi dari tahun sebelumnya yaitu aset IKNB Syariah mencapai Rp 2.375,84 triliun dari tahun sebelumnya sebesar Rp 2.050,44. Penambahan entitas baru di industri IKNB Syariah, antara lain, mendorong pertumbuhan aset IKNB Syariah serta peningkatan aset IKNB Syariah karena total pelaku yang terus bertambah setiap tahun. Berikut ini merupakan data keseluruhan pelaku IKNB Syariah dari tahun 2018-2022.

Tabel 1. 1
Jumlah Pelaku IKNB Syariah Tahun 2018-2022



Sumber : OJK (2022) Statistik IKNB Syariah

Tabel 1.1 menunjukkan peningkatan tahunan dalam keseluruhan pelaku IKNB Syariah. Seperti yang diketahui pelaku IKNB Syariah mencakup bagian Asuransi Syariah, Lembaga Pembiayaan Syariah, Dana Pensiun Syariah, Lembaga Jasa Keuangan Khusus Syariah, Lembaga Keuangan Mikro Syariah serta Perusahaan Penyelenggara Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi Syariah (OJK, 2022).

Secara umum prinsip dasar yang digunakan BMT sama dengan koperasi. Penerapan fungsi antara koperasi dan BMT tidak jauh berbeda, karena landasan hukum yang digunakan BMT mengacu pada Undang-Undang tentang perkoperasian. Koperasi sendiri ialah organisasi yang isinya sekumpulan individu yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan finansialnya melalui melalui upaya yang dilakukan oleh setiap anggotanya sebagai pemilik dan pengguna jasa yang ditawarkan oleh koperasi (Romdhoni & Sumadi, 2020).

Sedangkan BMT adalah lembaga keuangan syariah non bank di Indonesia sebagai lembaga perantara keuangan yang bergerak di bidang keuangan mikro syariah (Jama & Redzuan, 2021).

Sebagai lembaga keuangan mikro BMT saat ini telah berkembang dan mengalami persaingan yang ketat. Sehingga hal tersebut menuntut BMT untuk meningkatkan daya saing serta kemampuan secara profesional dalam menarik anggota untuk memasarkan produknya. Persaingan lembaga keuangan saat ini tidak hanya berfokus pada produk, melainkan berfokus pada pelayanan yang disediakan agar mampu menciptakan kepuasan nasabah. Kotler (1997) mendefinisikan kepuasan nasabah merupakan sebuah rasa senang atau tidak senang individu terhadap hasil pembandingan antara yang diinginkan serta yang dirasakan nasabah mengenai suatu produk (Syara & Handayani, 2020).

Dalam menciptakan kepuasan nasabah terdapat faktor yang harus diperhatikan diantaranya yaitu penerapan nilai Islam serta pelayanan prima. Untuk meningkatkan retensi nasabah, diperlukan penerapan nilai-nilai Islam didalamnya. Hal ini dilakukan tujuan memastikan bahwa tindakan yang dilakukan oleh BMT tidak melanggar ketentuan yang berlaku. Adapun nilai-nilai Islam yang harus diterapkan tersebut yaitu keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab serta kebenaran (Pratiwi & Yusuf, 2021).

Sebagai lembaga keuangan yang didirikan dari kontribusi masyarakat yang luas, BMT tidak terbatas pada ekonomi, sosial, atau agama. Untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih adil yang dapat mencapai pengusaha terkecil

sekalipun, setiap anggota masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses tersebut (Ridwan, 2004).

BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo ialah salah satu LKM Syariah yang berada di Kabupaten Sukoharjo. Tepatnya BMT Bina Umat Mandiri ini terletak di desa Sanggrahan Kelurahan Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, jumlah nasabah di BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo selama lima tahun terakhir, telah mengalami perubahan setiap tahun. Berikut ini merupakan tabel jumlah anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo dari tahun 2018-2022.

Tabel 1. 2
Jumlah anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	486
2.	2019	450
3.	2020	435
4.	2021	495
5.	2022	527

Sumber : BMT Bina Umat Mandiri (2023)

Pada tahun 2019 dan 2020, keseluruhan anggota BMT Bina Umat Mandiri meningkat dan menurun, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.2. Ada asumsi bahwa baik peningkatan maupun penurunan jumlah anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan dipengaruhi oleh variabel. Faktor tersebut juga bisa saja dari penerapan nilai Islam maupun pelayanan prima yang diterapkan oleh BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan.

Berdasarkan jumlah anggota yang meningkat dan menurun di tahun 2019 dan 2020, data laba bersih keuangan BMT juga meningkat dan menurun pada tahun tersebut. Berikut ini data laba bersih keuangan pada BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan dari tahun 2018 hingga tahun 2022.

Tabel 1. 3
Data laba keuangan BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo

No.	Tahun	Laba bersih
1.	2018	Rp 310.531.500,-
2.	2019	Rp 287.189.345,-
3.	2020	Rp 270.280.979,-
4.	2021	Rp 350.254.660,-
5.	2022	Rp 370.532.567,-

Sumber : BMT Bina Umat Mandiri (2023)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa pada laba bersih di tahun 2018 hingga tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0,08%. Penurunan sejumlah 0,06% juga terjadi dari 2019 hingga 2020. Pada tahun 2020 hingga tahun berikutnya sudah mengalami kenaikan laba bersih.

Dalam hal pelayanan prima dan penerapan nilai Islam secara normatif, setiap BMT seharusnya sudah menerapkan nilai-nilai Islam dan standar pelayanan utama, tetapi berdasarkan penelitian di beberapa BMT dalam 1 wilayah dengan BMT Bina Umat Mandiri seperti BMT Arafah, BMT Ta'awun, BMT Sakinnah, BMT Hasanah, dan lainnya tersebut sudah menerapkan nilai Islam dan pelayanan prima sangat baik tetapi BMT Bina Umat Mandiri belum menerapkan

nilai Islam dan pelayanan masih kurang bagus berdasarkan penelitian saya melalui wawancara di BMT Bina Umat Mandiri sebagai berikut :

Bapak Fauzan selaku manajer BMT Bina Umat Mandiri mengatakan bahwa persepsi anggota terkait penerapan nilai-nilai Islam di BMT masih sangat kurang. Dan juga banyak anggota yang masih beranggapan bahwa di BMT etika pelayanan pegawai terhadap anggota masih belum stabil seperti persepsi anggota mengatakan bahwa kadang pegawai ramah kepada anggota tetapi kadang juga pegawai kurang ramah kepada anggota di BMT Bina Umat Mandiri. (Wawancara)

Bapak Bowo selaku pegawai BMT Bina Umat Mandiri mengatakan bahwa terdapat banyak faktor yang menyebabkan kenaikan dan penurunan jumlah nasabah serta keuangan laba bersih di BMT Bina Umat Mandiri salah satunya adalah faktor internal seperti kurang telitinya pegawai dalam melayani anggota BMT. Dan juga terdapat faktor eksternal seperti kurangnya pemahaman anggota terhadap penjelasan pegawai BMT tentang nilai-nilai Islam yang ada di BMT Bina Umat Mandiri (Wawancara).

Ibu Indri merupakan salah satu nasabah BMT Bina Umat Mandiri yang hingga saat ini masih tetap aktif menabung di BMT Bina Umat Mandiri tetapi menurut Beliau di BMT Bina Umat Mandiri memiliki pelayanan yang masih kurang baik seperti kadang cekatan dan kadang juga pegawai BMT kurang ramah saat melayani anggota BMT. (Wawancara)

Keunikan saya meneliti berkaitan dengan praktek penerapan nilai Islam dan pelayanan prima di BMT Bina Umat Mandiri karena di BMT Bina Umat Mandiri masih banyak nasabah yang salah persepsi tentang penerapan nilai Islam

dan pelayanan prima di BMT berdasarkan wawancara dengan anggota BMT dan pegawai BMT. Salah persepsi akan berdampak negatif pada reputasi BMT Bina Umat Mandiri, bukan hanya produk dan jasanya, melainkan juga perusahaannya. Ini juga akan berpengaruh pada minat calon konsumen untuk menjadi nasabah BMT.

Kajian tentang penerapan nilai Islam dan pelayanan prima sudah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Adapun penelitian terdahulu oleh Penelitian oleh Huzaimah & Ibdalsyah (2018) menemukan bahwa komponen etika bisnis Islam, yang mencakup kebijaksanaan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran, berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di Branch Bank Syariah Bogor.

Peneliti Utari, Inayatillah, & Ismaudin (2020) menunjukkan bahwa sementara penerapan nilai-nilai Islam tidak memengaruhi kepuasan pelanggan PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam, sedangkan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Studi Imam Ma'ruf (2019) menemukan bahwa faktor-faktor strategi pelayanan prima memiliki efek positif pada upaya untuk meningkatkan kesetiaan anggota Produk Funding PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap.

Penelitian yang dilakukan oleh Azis, Roni, & Anshori (2020) mengindikasikan bahwa nilai-nilai Islam mempunyai dampak pada kepuasan pelanggan di PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Cabang Gresik secara negatif dan tidak signifikan. Sebaliknya, kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, menurut Mu'ah dan Masram, merujuk pada pelayanan yang mampu mencukupi kebutuhan dan

kemauan pelanggan yang disediakan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan berbagai aspek yang dapat meningkatkan dan membuat pelayanan berkualitas tinggi agar pelanggan puas.

Peneliti selanjutnya yang dilakukan oleh Astuti & Huda (2020) menemukan bahwa kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor sangat dipengaruhi oleh pelayanan prima, atau service excellent. Aryani dan Rosinta (2010) melakukan penelitian tentang bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut menemukan bahwa faktor-faktor seperti keyakinan, kepercayaan, empati, responsivitas, dan ketangkasan berdampak yang signifikan terhadap kualitas layanan.

Menurut peneliti oleh Syara & Handayani (2020) dalam penelitian ini kepuasan nasabah tabungan di Kantor Cabang Kendal PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dipengaruhi secara signifikan oleh dimensi pelayanan prima, yang berupa kapabilitas, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.

Penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam dan pelayanan prima mempunyai dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, terbukti bahwa nilai-nilai Islam mempunyai dampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sisi lain, variabel kualitas pelayanan menunjukkan dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanannya hampir sama apabila dilakukan perbandingan dengan penelitian

yang akan dilakukan. Salah satu hal yang membedakannya adalah bagaimana mempertimbangkan etika bisnis Islam mengenai kepuasan pelanggan saat menerima layanan di BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka muncul masalah yang dapat diidentifikasi yaitu :

- a. Belum adanya nilai Islam dalam pengelolaan BMT. Hal ini berdasarkan wawancara dengan masyarakat berkaitan dengan pandangan masyarakat terhadap BMT Bina Umat Masyarakat.
- b. Praktek pelayanan prima di BMT Bina Umat Mandiri belum mencukupi *Standar Operasional Prosedur* atau *SOP*. Hal ini berdasarkan wawancara dengan beberapa nasabah BMT Bina Umat Mandiri.
- c. Jumlah nasabah di BMT Bina Umat Mandiri mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini berdasarkan wawancara dengan karyawan BMT.
- d. Adanya fluktuasi jumlah nasabah pada BMT Bina Umat Mandiri dapat dipengaruhi dari faktor internal lembaga keuangan seperti penerapan nilai Islam maupun etika pelayanan prima dalam memasarkan produknya guna memperoleh kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan wawancara dengan karyawan BMT.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar masalah tetap terkonsentrasi dan tidak menyimpang dari fokus, maka penulis akan memfokuskan batasan dari penelitian ini ialah guna melihat sejauh mana nilai Islam dan etika pelayanan prima untuk memperoleh kepuasan nasabah yang dijalankan oleh BMT Bina Umat Mandiri.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Apakah penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Bina Umat Mandiri ?
2. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Bina Umat Mandiri ?
3. Apakah penerapan nilai Islam dan pelayanan prima secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Bina Umat Mandiri ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai Islam terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara penerapan nilai Islam dan pelayanan prima terhadap anggota BMT Bina Umat Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam beberapa hal:

1. Segi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman lebih lanjut tentang nilai-nilai Islam yang diterapkan pada lembaga keuangan syariah, seperti keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebenaran. Studi ini juga membahas teori-teori tentang etika pelayanan prima yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Indikator yang digunakan pada teori etika pelayanan prima pada penelitian ini yaitu kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), perhatian (attention), tindakan (action) serta tanggung jawab (accountability). Oleh karena itu, apabila terdapat perbedaan antara teori dan praktek semoga dapat menjadi referensi untuk pembelajaran ke depannya.

2. Segi Praktisi

- a) Bagi lembaga keuangan syariah khususnya BMT Bina Umat Mandiri penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber acuan dan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah terkait penerapan nilai Islam serta etika pelayanan prima.
- b) Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mendapatkan lebih banyak pengetahuan, terutama bagi mereka yang ingin menjalankan studi tambahan tentang problem yang dibahas.

3. Segi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah literatur yang tersedia terutama dalam domain ilmu pengetahuan dan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai salah satu lembaga keuangan syariah, baik dari segi teori maupun praktiknya.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Agar dapat menyuguhkan pengertian yang komprehensif dan konsisten terkait pengorganisasian studi ini, maka dirancanglah tata letak penelitian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, akan menguraikan latar belakang tentang penerapan nilai Islam dan etika pelayanan prima terhadap minat klien. Selain itu, akan terdapat bahasan terkait batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, keuntungan penelitian, dan prosedur penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Tinjauan literatur, penelitian sebelumnya, kerangka berfikir, dan hipotesis dibahas dalam bab ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, akan menemukan informasi tentang semua aspek penelitian, termasuk waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan sampel. Akan ditemukan informasi tentang metode pengumpulan dan analisis data yang diselidiki, serta variabel penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, perolehan hasil diuraikan, termasuk penjelasan singkat tentang subjek penelitian, penyampaian dan analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan terkait simpulan dari hasil analisis data sudah dikelola, keterbatasan penulis saat menjalankan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.2.1 Kepuasan Anggota

Kepuasan anggota, menurut Durianto (2001), adalah label yang dimanfaatkan oleh pelanggan untuk menggambarkan kumpulan tindakan yang berhubungan dengan barang atau jasa.

Kepuasan anggota menurut Tjiptano dalam (P, Widiastuti, & Suhaji, 2021) diartikan sebagai hasil evaluasi yang menggambarkan pengalaman yang dirasakan atau diharapkan anggota. Kotler dalam (Furqon, Rahayu, & Astiati, 2020) berpendapat bahwa kepuasan anggota merupakan tingkat dimana keadaan atau perasaan individu yang berasal dari membandingkan evaluasi kinerja suatu barang dan hasil akhir yang berkaitan dengan harapan konsumen.

Untuk mencapai target dari sebuah perusahaan, kepuasan anggota sangat penting. Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu cara bagi perusahaan jasa untuk menjadi lebih kompetitif, karena kepuasan pelanggan adalah hasil dari pelayanan yang baik. Ketika kualitas dikaitkan dengan kepuasan pelanggan, kualitas mendorong pelanggan untuk membangun relasi yang kuat dengan perusahaan (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan anggota ialah rasa positif yang diikuti dengan tindakan konsumen setelah mengalami suatu kondisi ketika mereka menggunakan barang atau layanan tersebut. Pelanggan cenderung terus membeli barang atau jasa jika mereka merasa puas dengan nilainya.

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan anggota, antara lain yaitu (Wahyuningsih dan Janah, 2018)

1. Konsumen dapat merasakan kepuasan saat produk yang mereka gunakan mempunyai kualitas yang baik setelah dilakukan evaluasi.
2. Terutama dalam industri jasa, pelanggan akan merasakan kepuasan jika mereka menerima pelayanan yang tepat dan selaras dengan ekspektasi yang diinginkan.
3. Faktor emosional: Pelanggan yang bangga akan percaya bila orang lain akan kagum jika mereka membeli barang dengan merek tertentu.
4. Harga: Produk dengan kualitas yang selaras dengan harga yang lebih terjangkau akan menyuguhkan nilai yang lebih besar kepada konsumen.
5. Biaya dan kemudahan mendapatkan barang atau pelayanan. Konsumen yang cenderung puas dengan barang atau jasa yang tidak membutuhkan biaya tambahan atau menghabiskan waktu untuk mendapatkannya. ATM menunjukkan bagaimana pelanggan dapat menikmati layanan perbankan yang mudah.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, seperti yang dinyatakan oleh Tjiptono dalam (Suwito, 2018), termasuk membangun hubungan yang positif antara perusahaan dan pelanggan, mendorong pembelian ulang, dan mendorong loyalitas pelanggan, menciptakan isu dari mulut ke mulut yang memberikan keuntungan, meningkatkan nama baik perusahaan di mata pelanggan, dan meningkatkan keuntungan.

Pengukuran tingkat kepuasan nasabah pada dasarnya telah terbentuk dari beberapa komponen yang digunakan dalam proses pemasaran yang telah berlangsung selama ini. Tjiptono membuat metrik untuk mengukur kepuasan pelanggan (Suwito, 2018) diantaranya yaitu :

1. Kesesuaian harapan, didefinisikan sebagai taraf keselarasan antara barang yang diinginkan dan apa yang didapatkan oleh konsumen; indikatornya terdiri dari :
 - a. Produk yang diterima selaras atau lebih dari harapan;
 - b. Pelayanan karyawan dalam menyediakan barang dan pelayanan selaras atau lebih baik dari harapan pelanggan;
 - c. Fasilitas yang diterima pelanggan selaras atau lebih dari harapan.
2. Kesiediaan pelanggan untuk mengunjungi atau membeli barang dan jasa perusahaan lagi disebut sebagai minat berkunjung kembali. Faktor-faktor yang menentukannya termasuk: Berminat menggunakan kembali karena kualitas produk yang diberikan baik dan memuaskan;
 - a. Berminat menggunakan ulang sebab kualitas produk yang diberikan baik dan memberikan kepuasan;
 - b. Tertarik untuk kembali karena karyawan memberikan layanan prima yang memuaskan;
 - c. Tertarik untuk kembali karena ada fasilitas pendukung yang memadai.
3. Kesiediaan merekomendasikan, ialah kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk maupun jasa perusahaan yang telah digunakannya kepada orang lain, komponen indikatornya meliputi :

- a. Mengajukan penggunaan produk karena produk yang pernah digunakannya baik;
- b. Merekomendasikan kepada orang lain karena pelayanan yang didapatkan memuaskan dan kesediaan fasilitas penunjang yang memadai;
- c. Merekomendasikan kepada orang lain karena manfaat atau nilai yang didapat setelah menggunakan produk.

2.2.2 Nilai Islam

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (Colo Riwu, 2000), kata "nilai" berasal dari kata latin "*valare*", yang berarti "berguna, berdaya, dan berlaku." Nilai ialah kualitas yang membuat sesuatu lebih diminati atau bahkan dapat menjadi objek kepentingan. Nilai merupakan aspek dari kapasitas individu, yang berada dalam domain metafisik (spiritual), bersifat abstrak, tidak terlihat, tidak dapat diraba, dan sejenisnya. Namun, nilai memiliki dampak yang signifikan serta peranan penting dalam setiap tindakan dan penampilan individu.

Menurut Musrin (Warindrasti & Nugraha, 2021), nilai-nilai Islam adalah kesatuan ajaran dan prinsip hidup yang mengarahkan manusia untuk menjalani kehidupan di dunia. Namun menurut Padmawati (Zulqifli & Habibah, 2018), nilai-nilai Islam ialah nilai-nilai atau ciri-ciri yang terdapat pada Al-Qur'an yang menetapkan perilaku manusia yang berfaedah bagi manusia sebagai persiapan tumbuh di dunia dan di kehidupan selanjutnya.

Selanjutnya, nilai-nilai Islam dimasukkan ke dalam nilai-nilai material, yang didasarkan pada kenyataan tentang kedua pengetahuan rohani dan fisik.

Sudah terbukti bahwa nilai-nilai Islam benar dan agamanya baik melebihi pendapat pribadi tentang kelompok, negara, ras, dan sosial (Endang, 1978)

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengindikasikan bahwa nilai-nilai Islam ialah karakteristik atau aspek dari ajaran Islam yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Nilai-nilai ini juga mengelolah hubungan antara manusia dan alam.

Setiap bisnis syariah dan lembaga keuangan bank harus menerapkan nilai Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang selaras dengan hukum Islam. Menurut Fatturohman dalam (Akbar, Sugianto, & Daula, 2021) indikator penerapan nilai Islam pada perusahaan, yaitu :

1. *Al-Hurriyah* (Kebebasan), merupakan dasar hukum Islam di mana setiap pihak yang bersangkutan memiliki kebebasan untuk membuat perjanjian, yang juga dikenal sebagai kebebasan untuk membuat perjanjian. Para pihak bebas menetapkan objek perjanjian, dengan siapa harus bersepakat, dan menetapkan pemecahan perselisihan di kemudian hari. Dalam perjanjian yang di buat tidak diperbolehkan terdapat unsur paksaan, penipuan manupun kekhilafan;
2. *Al-Musawah*, juga dikenal sebagai "persamaan atau kesetaraan", adalah prinsip di mana kedua belah pihak mempunyai posisi yang sama dalam perundingan. Dalam menetapkan syarat dan situasi sebuah perjanjian, para pihak memiliki derajat dan kedudukan yang seimbang.
3. *Al-'Adalah* (Keadilan), merupakan prinsip dimana para pihak dalam melakukan akad atau perjanjian harus dengan benar dan memenuhi kewajibannya dalam mengungkapkan kehendak serta keadilan. Kontrak dan

perjanjian harus membawa manfaat yang bijaksana dan setara serta tidak boleh merugikan salah satu pihak;

4. *Al-Ridha* (Kerelaan), adalah prinsip bahwa semua transaksi harus dijalankan atas kehendak dan persetujuan kedua belah pihak tanpa tekanan, paksaan, penipuan atau fakta palsu;
5. *Ash-Shidq* (Kebenaran dan Kejujuran), prinsip dimana dalam Islam setiap pihak yang menjalankan perjanjian atau akad dilarang melakukan kebohongan atau penipuan sehingga semua pihak harus berperilaku jujur dan benar;
6. *Al-Kitabah* (Tertulis), ialah prinsip dimana setiap akad atau perjanjian lebih baik di buat secara tertulis agar menjadi bukti di kemudian hari apabila terjadi sengketa.

2.2.3 Pelayanan Prima

1. Konsep Etika Islam

Istilah "etik" berasal dari kata latin "ethica", yang merupakan asal usul istilah "etika". Menurut Simorangkir (2003), "ethos" berasal dari bahasa Yunani dan berarti norma, nilai, kaidah, dan standar untuk tingkah laku yang baik. Namun, dalam bahasa Arab, etika juga disebut sebagai "akhlaq", jamak dari kata "khuluq", yang bermakna "akhlak". Baik etika dan moralitas dapat diartikan sebagai mores atau juga dikenal sebagai tata krama atau kebiasaan, yang merujuk pada tindakan, sikap atau perilaku manusia yang dianggap bermoral dan baik.

Menurut Surisno dan Ardana (2009), etika dalam Islam ialah representasi dari prinsip-prinsip moral yang tercermin dalam tingkah laku, perilaku, jalan pikir,

atau bahkan hati seseorang. Menurut Issa Rafiq Beekun dalam (Huzaimah, & Ibdalsyah, 2018), Etika adalah bidang ilmu yang bertujuan untuk menetapkan standar, dan termasuk kumpulan prinsip moral yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk. Dalam agama Islam, etika didefinisikan sebagai risalah yang diberikan oleh Allah SWT melalui Rasul-Nya untuk meningkatkan moral manusia.

2. Pelayanan Prima

Pelayanan, atau "*service*" dalam bahasa Inggris, adalah aktivitas yang memberikan manfaat kepada pihak lain. Pelayanan berarti memenuhi keperluan pihak lain. Menurut definisi yang dikemukakan oleh Kotler (2008), jasa dapat diartikan sebagai aktivitas yang intangibel, di mana satu pihak memberikan pelayanan kepada pihak lain tanpa melibatkan transfer kepemilikan.

Secara etimologis kata prima memiliki arti sempurna atau sangat baik. Pelayanan prima atau yang lebih dikenal dengan istilah "Service Excellet" adalah pelayanan yang sangat baik dan terbaik dalam memenuhi keinginan dan harapan nasabah. Pelayanan yang prima telah menjadi bagian dari marketing yang mendasari suatu kegiatan usaha untuk mencapai kepercayaan nasabah (Syah, 2020). Peduli kepada pelanggan melalui penyediaan layanan terbaik untuk mencukupi keperluan dengan terus meningkatkan kapabilitas, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan (Atep, 2003).

Menurut Alif dalam (K & Hikmah, 2021) terdapat tiga tujuan dari pelayanan prima yaitu:

- a. Memberikan rasa puas serta kepercayaan terhadap konsumennya. Kualitas pelayanan yang diberikan harus mampu mendorong nasabah untuk menjalin komunikasi yang kuat antar sesama nasabah. Dengan demikian kedepannya perusahaan akan tetap bertahan dalam menghadapi persaingan global.
- b. Menjaga serta memelihara (*maintenance*) nasabah agar nasabah merasa diperhatikan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Standar kualitas pelayanan yang tinggi harus mampu mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah setiap saat secara konsisten serta handal (akurat).
- c. Mampu mempertahankan loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan produk dan jasa sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah.

Menurut Parasuraman (Rambat Lupiyadi, 2009) terdapat lima dimensi pelayanan, diantaranya:

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kapabilitas untuk menyediakan layanan yang dikomitmenkan dengan cara yang selaras dan dapat dipercaya. Unjuk kerja sehari-hari, seperti melayani pelanggan dengan cepat dan tepat waktu, menunjukkan kualitas pelayanan ini.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*), Untuk membantu klien yang memerlukan bantuan secara cepat dan tepat, tingkat responsif atau kepekaan yang tinggi sangat penting.
3. Berwujud (*Tangible*), Kemampuan organisasi untuk mewujudkan eksistensinya secara tangible disebut sebagai kewujudannya.

4. Jaminan (*Assurance*), ialah wawasan, tata krama, rasa aman, dan rasa percaya bahwa pegawai meningkatkan kepercayaan dengan menjauhkan klien dari bahaya dan resiko.
5. Empati (*Empathy*), berarti bahwa karyawan harus menyuguhkan atensi yang tulus kepada klien dengan mengetahui kebutuhan unik pelanggan dan mengubah situasi psikologi klien dengan memahami perasaan dan situasi mereka.

Beberapa indikator pelayanan prima menurut Barata dalam (Rusyid, 2017) yaitu sebagai berikut ini :

1. Sikap (*Attitude*), seperti memiliki penampilan yang sopan dan sesuai, berpikiran positif, sehat, dan logis, dan menghargai orang lain.
2. Perhatian (*Attention*) bagaimana menyimak dan mengerti sepenuhnya kepentingan konsumen, meninjau dan mengevaluasi tingkah laku konsumen serta menyerahkan atensi penuh kepada konsumen.
3. Tindakan (*Action*) ialah mendaftarkan setiap pesanan konsumen, memastikan keperluan pelanggan, menekankan ulang keperluan konsumen dan memenuhi keperluan konsumen.
4. Kemampuan (*Ability*) seperti kapabilitas pada sektor kerja, komunikasi yang efektif, pengembangan motivasi, dan pengembangan relasi publik sebagai alat untuk membangun hubungan.
5. Penampilan (*Appearance*) yaitu penampilan individu, baik dalam bentuk fisik maupun non-fisik, dapat menggambarkan tingkat keyakinan diri dan kredibilitasnya di mata orang lain. Selain itu, mengucapkan terima kasih

kepada pelanggan dengan harapan agar mereka mau kembali juga merupakan faktor yang penting dalam komunikasi bisnis.

6. Tanggung jawab (Accountability) adalah sikap keberpihakan pegawai terhadap stakeholders dan upaya untuk mengurangi kerugian klien.

2.2 Teori TPB (Theory of Planned Behavior)

Theory of Planned Behavior (TPB) ialah dasar dari perspektif kepercayaan yang dapat memengaruhi tindakan seseorang. Intensi, juga dikenal sebagai niat, adalah keputusan untuk berperilaku dengan cara yang diinginkan untuk bertindak, baik secara tidak sadar maupun secara sadar, untuk dapat mengamati faktor-faktor motivasi dalam memberikan efek pada perilaku seseorang. Intensi tersebut yang membentuk tindakan individu. Tindakan apapun yang membutuhkan perencanaan digambarkan dengan menggunakan teori perilaku yang selaras.

Theory of Planned Behavior merupakan penyempurnaan dari *Theory of Planned Action*. Menurut teori tindakan rasional, ada bukti ilmiah yang mendukung gagasan bahwa dua faktor, maksudnya aturan subjektif dan persepsi terhadap tindakan, menentukan niat untuk menjalankan tindakan tertentu. Selanjutnya, Ajzen (1988) memberikan tambahan satu aspek lagi: kontrol perilaku kognitif atau tindakan yang dirasakan seseorang. Teori perilaku terencana berkembang dari teori tindakan rasional sebagai akibat dari faktor-faktor ini (Anggar Seni & Dwi Ratnadi, 2017).

Dalam penelitian ini menerapkan Theory of Planned Behavior sebagai konsep awal untuk memberikan gambaran bagaimana nilai Islam dan etika

pelayanan prima memberikan pengaruh kepuasan klien di BMT Bina Umat Mandiri.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

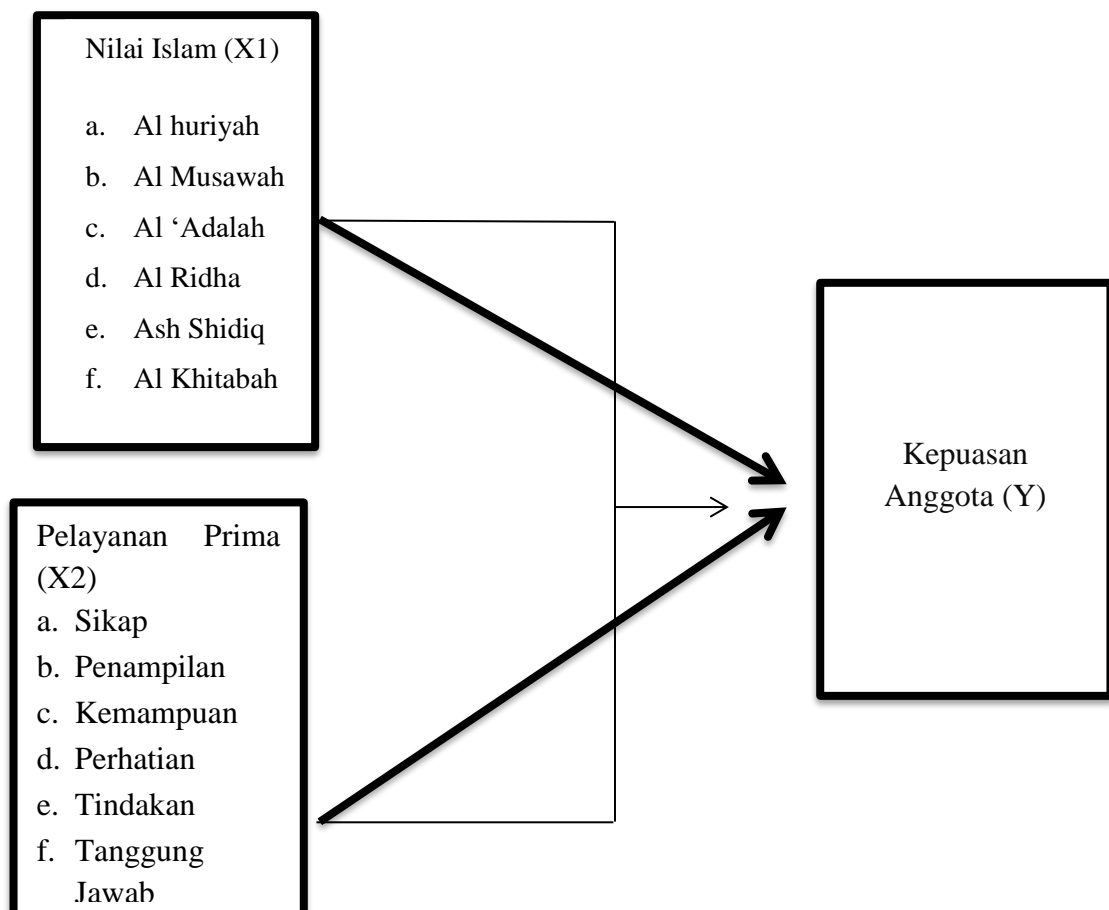
Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Besse Alfira Anugrah (2018)	Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BSM Cabang Makkasar.	Variabel Independent: Nilai-Nilai Islam Variabel Dependent: Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	Variabel Nilai-Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BSM Cabang Makkasar
Huzaimah & Ibdalsyah (2018)	Analisis Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Cabang Bogor.	Variabel Independent: (Etika Bisnis Islam) Keadilan Kehendak bebas Tanggungjawab Kebenaran Variabel Dependent: Kepuasan Pelanggan	Kuantitatif	Variabel etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BTN Syari'ah Cabang Bogor.
Penelitian Yandie, 2019	Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang.	Variabel Dependent : Tingkat Kepuasan Nasabah Variabel Independent : Etika dan Pelayanan Prima Customer Service	Kuantitatif	Etika dan pelayanan prima customer service berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang.

Endah Dwi Agustina (2016)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.	Variabel Independent: (Etika Bisnis Islam) Variabel Dependent: Kepuasan Nasabah	Kuantitatif	Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.
Arifah Rahmawati 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Anggota BMT Surya Madani Ngemplak Boyolali	Variabel Independent: (Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga) Variabel Dependent: Kepuasan Nasabah	Kuantitatif	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Anggota
Utami (2021)	Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Cabang Green Garden Jakarta	Variabel Independent: Sikap Perhatian Tindakan Kemampuan Tanggungjawab Penampilan Variabel Dependent: Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	Variabel sikap dan tindakan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, variabel kemampuan dan tanggungjawab berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel penampilan dan perhatian tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank di BCA Cabang Green Garden Jakarta.

Himmatul Aliah (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang	Variabel Independent: Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Variabel Dependent: Kepuasan Nasabah	Kuantitatif	Variabel kualitas pelayanan dan peneran prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah cabang semarang.
Nidhar Ramadhani, 2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah	Variabel Independent: Kualitas Pelayanan Variabel Dependent: Kepuasan Nasabah	Kuantitatif	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah

2.4 Kerangka Berfikir

Tabel 2. 2
Kerangka Berfikir



Keterangan :

- Menunjukkan pengaruh secara simultan antara variabel nilai Islam (X1) dan variabel pelayanan prima (X2) terhadap kepuasan anggota (Y)
- Menunjukkan pengaruh secara parsial antara variabel nilai Islam (X1) dan variabel pelayanan prima (X2) terhadap kepuasan anggota (Y)

3.1 Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi sementara tentang rumusan masalah yang masih perlu dibuktikan benar. Ini disebut sebagai asumsi sementara sebab jawaban yang disuguhkan baru-baru ini didasarkan pada teori daripada fakta. Hipotesis yaitu pernyataan resmi yang menyajikan hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif adalah ramalan yang dibuat oleh peneliti tentang bagaimana variabel yang diharapkan berinteraksi satu sama lain. Pada pengujian hipotesis, peneliti akan menjelaskan asumsi mereka tentang populasi yang diambil dari sampel penelitian. Dikarenakan hal tersebut, hipotesis dapat digambarkan sebagai tanggapan atau asumsi sementara yang dibuat oleh peneliti, yang selanjutnya akan melakukan penelitian untuk menentukan validitasnya (Dewi, 2021).

Hipotesis pada penelitian ini yaitu :

- a Penerapan nilai Islam terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri
- Menurut Achmad Febrianto (2023) menunjukkan bahwa nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Kemudian kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.

H1 : Nilai Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Bina Umat Mandiri, Sanggrahan, Sukoharjo.

b. Pelayanan prima terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri

Menurut Chusnah (2016) kualitas pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan prima yang diberikan oleh BMT maka anggota BMT semakin puas.

H2 : Pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Bina Umat Mandiri, Sanggrahan, Sukoharjo.

c. Penerapan nilai Islam dan Pelayanan prima terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri

Menurut Ratna Sari, Luther Bela (2017) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pelayanan dan nilai dalam Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H3 : Nilai Islam dan pelayanan prima secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Bina Umat Mandiri, Sanggrahan, Sukoharjo.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2023. Adapun lokasi penelitian yang di pilih untuk mendapatkan data, informasi serta keterangan lainnya yaitu di BMT Bina Umat Mandiri yang beralamat di desa Sanggrahan Kelurahan Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Peneliti memilih lokasi tersebut karena ingin mengetahui penerapan nilai Islam dan etika pelayanan prima di BMT Bina Umat Mandiri terhadap kepuasan nasabah BMT tersebut.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang datanya meliputi angka yang diolah untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif diaplikasikan untuk mendefinisikan dan menggambarkan data yang dikumpulkan untuk mendapatkan wawasan tertentu (Martono, 2014). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif di mana menurut Sugiyono (2018), adalah jenis penelitian yang dilaksanakan dengan tujuan untuk menemukan berbagai hipotesis tentang adanya atau tidaknya relasi yang selaras antara dua atau lebih variabel penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel penerapan nilai Islam (X1) dan pelayanan prima (X2) terhadap variabel kepuasan anggota (Y) di BMT Bina Umat Mandiri.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah kumpulan objek atau subjek yang ada di suatu tempat dan selaras dengan kualifikasi penelitian tertentu. Populasi juga dapat diartikan sebagai total (*universum*) dari objek studi yang mencakup individu dalam ruang lingkup penelitian (Martono, 2014). Penelitian ini menganalisis 100 anggota BMT Bina Umat Mandiri. Data ini diperoleh dari wawancara dengan Bapak Bowo, pegawai BMT Bina Umat Mandiri, pada Januari 2023.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang dipilih dengan prosedur tertentu dan diharapkan dapat mewakili populasi. Sampel juga dapat di sebut dengan sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Sugiyono, 2005).

Rumus Solvin dengan tingkat penyimpanan atau tingkat kesalahan 10% diterapkan untuk menghitung sampel populasi penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang di cari

N = Jumlah populasinya

d = Nilai presisi (tingkat kesalahan yang digunakan 10%)

Maka diperoleh hasil perhitungan :

$$n = \frac{527}{527 (0,1)^2 + 1} = \frac{527}{5,37} = 98,13$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel minimum yang akan diteliti adalah sebanyak 98,13 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang anggota di BMT Bina Umat Mandiri, Sanggrahan.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang akan diterapkan untuk memilih sampel penelitian adalah teknik pengambilan sampel probabilitas. Setiap bagian populasi yang dipilih sebagai opsi untuk kumpulan sampel menerima kesempatan yang sama dengan metode pengambilan sampel ini, dengan asumsi bahwa mereka telah menjadi nasabah aktif BMT Bina Umat Mandiri selama minimal enam bulan. Namun, metode pengambilan sampel acak sederhana diterapkan untuk mengambil sampel dari populasi secara random tanpa memperhitungkan strata populasi. (Martono, 2014).

3.4 Data dan Sumber Data

Data dapat didefinisikan sebagai sekumpulan informasi atau fakta yang dibuat dengan kata-kata, kalimat, simbol, angka, dan sebagainya (gramedia.com). Data dapat didefinisikan sebagai penjelasan atau persepsi tentang informasi yang telah diketahui dan dianggap penting. Lazimnya, penjelasan tentang hal ini diperoleh dari hasil percobaan atau observasi yang berkaitan dengan waktu dan tempat (Badri, 2012). Sumber data ialah

segala hal yang dapat menyuguhkan keterangan yang berhubungan dengan data yang diterima. Beracuan pada sumbernya terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer ialah sumber data yang didapatkan secara spontan dari objek penelitian yang di kumpulkan oleh peneliti.

Sedangkan sumber data sekunder ialah referensi keterangan yang didapatkan secara tidak spontan atau data yang telah dipublikasikan, diterbitkan serta di olah oleh organisasi atau pihak lain yang didapat di akses masyarakat luas (Siregar, 2014). Data primer yang diolah dalam penelitian ini berasal dari klien atau anggota BMT Bina Umat Mandiri melalui wawancara dan pengisian kuisisioner. Sedangkan untuk data sekunder yang diambil dari jurnal dan buku yang menjelaskan teori serta dokumen dan arsip yang relevan dengan objek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data adalah pengklasifikasian atau pengelompokan data primer dan sekunder. Adapun yang diterapkan dalam penelitian ini ialah :

3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan pengumpulan data dimana partisipan merespon daftar pertanyaan atau pernyataan yang disediakan oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti akan menyebarkan kuisisioner kepada responden yaitu nasabah di BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan. Kuisisioner yang akan di berikan berisi pernyataan

dan pertanyaan terkait objek penelitian. Untuk memberikan petunjuk kepada partisipan dalam mengisi jawaban, kuisisioner juga memiliki instruksi pengisian. Kuisisioner ini akan mencakup dari dua bagian, bagian awal berisi data diri responden. Sedangkan bagian selanjutnya berisi penilaian variabel yang terdiri dari beberapa indikator dengan menerapkan pengukuran skala Likert.

Likert Scale ialah skala pengukuran yang diciptakan oleh Likert. Skala ini menggabungkan empat atau lebih pertanyaan secara bersamaan untuk menghasilkan skor atau nilai (Maryuliana, 2016). Dalam menjawab pertanyaan terdapat lima pilihan alternatif yang dapat dipilih oleh responden dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Skala Pengukuran Indikator dan Variabel

No	Jawaban	Kode	Nilai
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-Ragu	R	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Budiaji, 2019)

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah apapun yang hendak menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu :

3.6.1 Variabel Bebas (variabel independen)

Variabel yang memberikan dampak atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen disebut variabel independen (bebas) (Sugiyono,

2018). Nilai Islam (X1) dan etika pelayanan prima (X2) adalah variabel independen yang akan diselidiki dalam penelitian ini.

3.6.2 Variabel Terikat (variabel dependen)

Variabel yang terdampak atau mendapat akibat dari adanya variabel bebas disebut variabel dependen. Kepuasan pelanggan (Y) di BMT Bina Umat Mandiri Sangrahan adalah variabel dependen yang akan diselidiki pada penelitian ini.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2013) mengatakan bahwa operasional variabel adalah atribut, sifat, dan nilai objek aktivitas yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki dan diambil kesimpulan. Variabel-variabel ini memiliki variasi yang berbeda satu sama lain. Definisi perasional variabel dalam studi ini dicantumkan dalam tabel berikut :

Tabel 3. 2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Nilai Islam (X1)	Nilai-nilai Islam merupakan kumpulan prinsip hidup dan ajaran tentang bagaimana manusia menjalankan kehidupannya di dunia	Al-Hurriyah (Kebebasan)	Skala Likert (Akbar, Sugianto, & Daula, 2021)
		Al-Muswah (Persamaan dan Kesetaraan)	
		Al-'Adalah (Keadilan)	

		Al-Ridha (Kerelaan)	
		Ash-Shidiq (Kebenaran dan Kejujuran)	
		Al-Kitabah (Tertulis)	
Pelayanan Prima (X2)	Pelayanan prima atau service excellet adalah pelayanan yang sangat baik dan terbaik dalam memenuhi keinginan dan harapan nasabah.	Sikap	Skala Likert (Rusyid, 2017)
		Penampilan	
		Kemampuan	
		Perhatian	
		Tindakan	
		Tanggungjawab	
Kepuasan Anggota (Y)	Kepuasan anggota merupakan tingkat dimana keadaan atau perasaan seseorang yang menjadi hasil perbandingan dalam penilaian kinerja maupun hasil akhir dari suatu produk yang berhubungan dengan harapan nasabah.	Kesesuaian dan Harapan	Skala Likert (Suwito, 2018)
		Minat berkunjung kembali	
		Kesediaan merekomendasikan	

3.8 Teknik Analisis Data

Setelah data dari semua responden dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data. Selanjutnya, data diklasifikasikan menurut

variabel dan jumlah responden, ditabulasi menurut variabel dari semua responden, dan disajikan untuk setiap variabel yang diselidiki. Selanjutnya, kalkulasi dilakukan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah dan menguji hipotesis yang sudah diajukan (Nur Fitriatun, 2019). Studi ini menerapkan pengujian statistik deskriptif dan hipotesis untuk menganalisis data.

3.8.1 Metode Analisis Data

a Uji Validitas

Sugiyono (2012) mendefinisikan validitas sebagai derajat keakuratan antara informasi yang sebenarnya ada pada suatu subjek dengan informasi yang diberikan oleh peneliti. Proses pengujian yang akurat dan kuat digunakan untuk menguji validitas data penelitian. Sebuah instrumen pengukuran dianggap mempunyai validitas yang besar apabila instrumen tersebut menilai apa yang seharusnya dinilai. Analisis korelasi Pearson digunakan untuk menguji validitas data penelitian ini. Apabila terdapat relasi positif dan signifikan antara setiap indikator variabel dengan total variabel kontrol, maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya valid.

b Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah pengujian untuk mengevaluasi reliabilitas kuesioner yang menunjukkan variabel atau struktur. Jika respon individu terhadap kuesioner konsisten dan konstruktif, kuesioner tersebut dapat dianggap handal atau reliabel (Ghozali, 2013). Untuk mengukur reliabilitas, penelitian ini menggunakan metode *one-shot*, yang berarti pengukuran

dilakukan sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau diukur relevansi antar jawaban pertanyaan. Nilai *Croanbach Alpha* diuji dengan fasilitas uji statistik *Croanbach Alpha* yang terdapat pada program SPSS untuk menentukan reliabilitas variabel. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel bila skor *Croanbach Alphanya* lebih dari 0,60, menurut *Nunnally* dalam (Ghozali, 2013).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan bahwa variabel pengganggu atau residual pada model regresi berdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas menentukan kualitas model regresi yang diterapkan. Model regresi yang tepat menunjukkan distribusi data normal atau hampir normal (Ghozali, 2013). Studi ini menerapkan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas. Jika skor uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05, data dianggap normal.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui bahwa terdapat korelasi antara variabel independen pada model regresi. Tidak perlu ada interaksi di antara variabel independen dalam model regresi yang tepat. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi, skor toleransi $> 0,1$ dan skor variabel inflasi faktor (VIF) < 10 , model regresi dianggap bebas dari masalah multikolinieritas.

C. Uji Heterokedatisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas ialah guna menentukan ada tidaknya ketidaksamaan pada model regresi antara variasi residual dari satu observasi ke observasi lainnya, Jika perbedaan residual dari satu observasi ke observasi lain tidak berubah, situasi ini dianggap sebagai gejala homoskedastisitas. Apabila perbedaan terjadi, situasi tersebut disebut heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan grafik Scatterplot untuk uji heterokedastisitas. Scatterplot tersebut melibatkan dua variabel, yaitu Z prediction (ZPRED) sebagai variabel bebas yang berada pada sumbu X dan nilai residual sebagai variabel terikat yang berada pada sumbu Y, dimana nilai residual didapat dari selisih antara Y prediksi dan Y riil. Heterokedastisitas tidak terjadi dalam scatterplot di mana titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y; sebaliknya, dalam pola gambar, heterokedastisitas terjadi (Sugiyono, 2013).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi linier Berganda (*Multiple Linier Regression Method*). Penelitian ini akan memeriksa model persamaan regresi berikut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)

α = Intercept (Koefisien Konstanta)

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien Variabel Independen (Koefisien Regresi)

X1 = Nilai Islam

X2 = Etika Pelayanan Prima

e = Error Term (Variabel Pengganggu atau residual)

3.8.4 Uji Hipotesis

A. Uji-t (Parsial)

Terdapat kemungkinan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial dengan menggunakan uji statistik t. Studi ini dijalankan dengan taraf signifikan 0,05. Nilai probabilitas signifikansi akan digunakan untuk mengevaluasi validitas hipotesis. Jika skor thitung $> 0,05$, artinya hipotesis disetujui, berarti tidak terdapat dampak signifikan pada variabel dependen. Sedangkan, apabila skor thitung $> 0,05$, artinya hipotesis ditolak, berarti terdapat dampak signifikan terhadap variabel dependen (Dwi Priyatno, 2008).

B. Uji-F (Simultan)

Uji F diterapkan untuk menentukan seberapa efektif model regresi untuk menyelidiki variabel dependen. Taraf signifikansi (α) 5% atau 0,05, akan digunakan untuk menguji hipotesis. Nilai probabilitas signifikansi akan dimanfaatkan untuk mengevaluasi validitas hipotesis. Skor probabilitas signifikansi $< 0,05$ mengindikasikan bahwa hipotesis disetujui. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat diprediksi dengan menggunakan model regresi. Hipotesis ditolak ketika skor probabilitas signifikansi $> 0,05$. Ini menunjukkan bahwa prediksi

variabel dependen tidak dapat dilakukan dengan model regresi (Dwi Priyatno, 2008).

3.8.5 Koefisien Determasi (R²)

Koefisien determinansi (R²) menunjukkan seberapa baik model dapat memberikan uraian terkait variasi variabel dependen. R² selalu mengalami peningkatan setiap kali satu variabel independen ditambahkan, tanpa mengira variabel tersebut berdampak signifikan pada variabel independen atau tidak. Sebab, penelitian ini memiliki kemampuan untuk mengatasi bias yang disebabkan oleh banyaknya variabel bebas yang disertakan dalam model regresi, penelitian ini mengaplikasikan skor R² yang disesuaikan. Kapabilitas variabel bebas untuk memberikan penjelasan variabel terikat sangat terbatas karena nilai adjusted R² yang rendah (Ghozali, 2013).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Penelitian

BMT ialah lembaga keuangan syariah non Bank di Indonesia sebagai lembaga perantara keuangan yang bergerak di bidang keuangan mikro syariah. Sebagai lembaga keuangan yang dibangun dari partisipasi masyarakat yang luas, BMT tidak terbatas pada ekonomi, sosial, atau agama. Untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih bijaksana dan dapat mencapai pengusaha terkecil sekalipun, semua orang diberikan peluang untuk berkontribusi secara aktif pada proses tersebut. BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan Sukoharjo merupakan salah satu LKM Syariah yang berada di Kabupaten Sukoharjo. Tepatnya BMT Bina Umat Mandiri ini terletak di desa Sanggrahan Kelurahan Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo.

Visi : Menjadi lembaga keuangan mikro yang benar-benar berbasis syariah. Misi : Ikut membangun ekonomi umat yang mandiri, bertanggung jawab, adil dan mengutamakan asas syariah Islam dan bermuamalah. Melayani umat sepenuh hati dengan mengutamakan akhlaqul karimah dalam bertransaksi. Serta Meningkatkan kesejahteraan bersama melalui usaha yang produktif, halal dan thayyib. (Berdasarkan wawancara dengan Bapak Fauzan selaku Kepala BMT)

4.2 Karakteristik Responden

Responden pada studi ini yaitu anggota BMT yang sudah menabung paling sedikit 6 bulan menjadi anggota aktif di BMT Bina Umat Mandiri. Setelah

kuisisioner didistribusikan, penelitian mengklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	37	37%
Perempuan	63	63%
TOTAL	100	100%

Sumber data primer yang diolah 2023

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebanyak 63 orang dari peserta, atau 63%, adalah perempuan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.1. Selain itu, 37 dari responden adalah laki-laki, yang merupakan 37% dari total. Persentase ini dihitung dari seratus orang yang menjawab atau seratus persen. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar orang yang menjawab kuisisioner adalah perempuan.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<18	0	0
18-25	7	7%
26-30	22	22%
31-36	43	43%
>36	28	28%
TOTAL	100	100%

Sumber data primer yang diolah 2023

Tabel 4.2 menunjukkan hasil dari 100 peserta: 7 responden berumur 18-25 tahun, 22 responden berumur 26-30 tahun, 43 responden berumur 31-36 tahun dan 28 responden berumur di atas 36 tahun. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa rata-rata responden / anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan berusia 31-36 tahun.

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pedagang	27	27%
Karyawan	32	32%
Guru	20	20%
Lainnya	21	21%
TOTAL	100	100%

Sumber data primer yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa diperoleh hasil dari 100 responden yaitu 27 responden bekerja sebagai pedagang, 32 responden bekerja sebagai karyawan, 20 responden bekerja sebagai guru dan 21 responden lainnya bekerja sebagai buruh, ibu rumah tangga dan penjahit.

4.3 Pengujian dan Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data penelitian dengan memberikan penjelasan atau penguraian, tanpa bermaksud mengambil kesimpulan yang dapat diterapkan secara umum. Hasil uji statistik deskriptif ini ditampilkan pada tabel yang menunjukkan nilai paling rendah, nilai paling tinggi, mean, dan standar deviasi.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas diterapkan untuk menentukan keakuratan data yang diselidiki. Skor validitas yang lebih besar mengindikasikan bahwa alat tes tersebut lebih tepat sasaran atau mengindikasikan data yang sebenarnya diselidiki. Uji validitas ini mengaplikasikan korelasi Pearson, yang berarti menghitung interaksi antara nilai dari kuesioner. Kriteria menguji validitas dengan melakukan perbandingan skor r hitung dan r tabel. Apabila skor r hitung > r tabel

dengan taraf signifikansi 0,05, maka item dianggap valid atau sah. Keseluruhan responden pada penelitian adalah 100, dan uji validitas dilakukan menggunakan sampel sederhana sejumlah 100 orang. Hasilnya dikalkulasi dengan rumus $df = N-2$, dan angka r tabel senilai 0,2017.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r table	Validitas
Nilai Islam (X1)	X1.1	0,566	0,2017	Valid
	X1.2	0,554	0,2017	Valid
	X1.3	0,432	0,2017	Valid
	X1.4	0,458	0,2017	Valid
	X1.5	0,503	0,2017	Valid
	X1.6	0,476	0,2017	Valid
Etika Pelayanan Prima (X2)	X2.1	0,776	0,2017	Valid
	X2.2	0,583	0,2017	Valid
	X2.3	0,541	0,2017	Valid
	X2.4	0,461	0,2017	Valid
	X2.5	0,475	0,2017	Valid
	X2.6	0,730	0,2017	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1.1	0,627	0,2017	Valid
	Y1.2	0,710	0,2017	Valid
	Y1.3	0,617	0,2017	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Jika skor *Pearson Correlation* > nilai r tabel, maka pernyataannya yaitu memiliki kemampuan untuk menghitung variabel yang akan diuji. Sedangkan, apabila skor *Pearson Correlation* < skor r tabel, maka pernyataannya yaitu tidak memiliki kemampuan untuk menghitung variabel yang akan diselidiki. Dalam tabel 4.8, kami menemukan bahwa skor *korelasi Pearson* atau r yang dihitung untuk nilai Islam (X1), pelayanan prima (X2), dan kepuasan anggota (Y) > skor t tabel, yaitu 0, 2017. Maka dari itu, dapat

dipercaya bahwa ini adalah instrumen yang valid untuk variabel yang diselidiki dan mampu diterapkan untuk uji berikutnya.

4.3.2 Uji Reabilitas

Apabila tanggapan dari partisipan terhadap pertanyaan stabil atau tetap dari waktu ke waktu, kuesioner dianggap handal atau reliabel. Reliabilitas juga dikenal sebagai keyakinan, keunggulan, stabilitas, koherensi, kemapanan, dll.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Ketetapan	Reliabilitas
Nilai Islam	0,866	0,7	Reliabel
Etika Pelayanan Prima	0,823	0,7	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,723	0,7	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Metode *Cronbach alpha* diaplikasikan untuk menguji reliabilitas; syaratnya adalah bahwa skor cronbach alpha harus $> 0,7$. Apabila skor cronbach alpha hampir ke angka satu, maka keandalannya lebih tinggi. Beracuan tabel 4.10, diindikasikan bahwa variabel nilai Islam (X1), pelayanan prima (X2) dan kepuasan anggota (Y) memiliki skor Cronbach's Alpha $>$ skor ketetapan, yaitu 0,7. Dengan demikian, seluruh tanggapan partisipan telah stabil dengan pernyataan yang menilai variabel penelitian pada angket. Setelah itu, hasilnya dapat divalidasi dan uji selanjutnya dapat dilakukan.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Ini diterapkan untuk menentukan validitas model regresi.

1. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) dapat diterapkan guna mengetahui bahwa data dalam model regresi dapat dianggap normal. Data residual berdistribusi normal, menurut skor Kolmogorov Smirnov $> 0,05$.

Perolehan uji normalitas diperlihatkan di bawah ini:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35569264
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.068
	Positive	.055
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan pada tabel 4.6 diamati bahwa skor *asymp.sig (2-tailed)* *p-value* $> 0,05$. Untuk membandingkan skor ketetapan ($\alpha = 0,05$), skor Asymp Sig (2 tailed) diterapkan dalam tabel. Data yang

diselidiki dalam studi ini dianggap berdistribusi normal, menurut skor Asymp,Sig.(2 Tailed) senilai 0,200. Oleh karena itu, data dapat diuji lebih lanjut.

2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.386	1.226		2.762	.007		
Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Kttotal

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan bahwa model regresi menunjukkan bagaimana variabel independen (bebas) bekerja sama. Dalam model regresi yang tepat, tidak harus terdapat interaksi di antara variabel bebas. Namun, multikoleniaritas mampu mengakibatkan sampel variabel yang lebih besar, yang menghasilkan skor standar eror yang tinggi. Dengan demikian, tidak akan muncul relasi linear antara variabel bebas dan variabel terikat, karena koefisien uji t hitung < dari tabel t. Skor Variansi Inflasi Faktor (VIF) dan skor toleransi dapat digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas pada regresi. Apabila skor VIF < 10 dan

skor toleransi $> 0,1$, maka model regresi tepat atau tidak ada multikolinearitas.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3.386	1.226				2.762
Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Kttotal

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 4.7, dapat diamati bahwa skor tolerabilitas variabel nilai Islam adalah $0,478 > 0,10$, dan skor VIF variabel nilai Islam adalah $0,98$. Skor tolerabilitas variabel pelayanan prima adalah $0,478 > 0,10$, dan skor VIF < 10 . Ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini mempunyai skor toleransi $> 0,1$ dan skor VIF < 10 . Ini mengindikasikan bahwa tidak muncul multikolinearitas atau interaksi antara variabel pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menetapkan bahwa skor probabilitas sig > 0,05 berarti bahwa tidak muncul tanda heteroskedastisitas dan model regresi yang tepat tidak mengindikasikan tanda heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.356	.963		-.369	.713
Ntotal	.032	.057	.082	.556	.580
Ptotal	.030	.045	.097	.661	.510

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Taraf signifikansi (Sig.) untuk variabel nilai Islam (X1) senilai 0,580 ditunjukkan dalam table 4.8, yang mengindikasikan bahwa taraf signifikansi > 0,05. Menurut skor signya 0,510 > 0,05, variabel pelayanan prima aman dari heteroskedastisitas pada model ini.

4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Dampak variabel nilai Islam, pelayanan prima, dan kepuasan anggota dapat diukur dengan menerapkan uji regresi linear berganda. Hasil berikut didapatkan dengan bantuan program SPSS seperti di bawah ini :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.386	1.226		2.762	.007		
Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Ktotal

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel Coefficients di atas, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,386 + 0,192X_1 + 0,181X_2 + e$$

Berdasarkan pada perolehan uji regresi linear sebelumnya, hasilnya dapat ditafsirkan sebagai berikut :

Skor constant yaitu sejumlah 3,386, ini menunjukkan bahwa kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan sejumlah 3,386 jika skor variabel independen, yaitu nilai Islam dan pelayanan prima sama dengan 0. Karena koefisien nilai Islam sejumlah 0,192, variabel kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan akan mengalami peningkatan senilai 1 angka. Ini mengindikasikan bahwa variabel yang tersedia

berpartisipasi secara positif terhadap kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan di Sukoharjo. Oleh karena itu, meningkatnya kemudahan untuk digunakan, bertambah puas anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan.

Koefisien pelayanan prima sebesar 0,181 menunjukkan bahwa variabel kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan akan mengalami peningkatan 1% atau 0,181 atau 18,1%. Ini mengindikasikan bahwa faktor pelayanan prima yang tepat memberikan efek secara positif terhadap tingkat kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan di Sukoharjo. Oleh karena itu, jika ada peningkatan dalam kualitas pelayanan prima, maka kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan di Sukoharjo akan lebih tinggi. Apabila dilakukan perbandingan dengan variabel lain yang diuji, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan prima berkontribusi terbesar. Ini dapat diamati dari skor koefisien di atas.

4.4 Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji determinasi diterapkan secara bersamaan untuk menentukan jumlah atau persentase kontribusi dari variabel bebas pada model regresi yang mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan atau secara bersamaan. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen (X) memberikan dampak yang signifikan pada variabel dependen (Y) apabila skor koefisien determinasi mendekati angka satu. Sebaliknya, hal

ini terjadi ketika skor koefisien determinasinya rendah. Ini mengindikasikan bahwa variabel independen (X) tidak memiliki dampak yang signifikan pada variabel dependen (Y) (Ferdinand, 2014).

Tabel 4. 10
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.389	.376	1.073

a. Predictors: (Constant), Ptotal, Ntotal

b. Dependent Variable: Ktotal

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Nilai R Square yang disesuaikan senilai 0,389, atau 39 persen, dan skor sisa sejumlah 0,661, atau 66 persen, dapat diamati pada tabel Model Summary atau tabel 4.10. Ini berarti bahwa nilai Islam dan pelayanan prima (X) adalah variabel independen yang mampu memberikan dampak senilai 39 persen pada kepuasan anggota (Y), sementara 66% terakhir mendapatkan dampak dari variabel tambahan yang tidak ditemukan pada penelitian ini.

2. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara simultan. Untuk menguji F, perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dijalankan. Jika skor f hitung $>$ f tabel, maka ada dampak bersamaan antara variabel independen dan variabel dependen. Ada dampak bersamaan antara variabel independen dan variabel dependen, jika probabilitas kurang dari 0,05, dan sebaliknya. Perolehan uji simultan (Uji F) ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 11
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	67.396	2	33.698	29.296	.000 ^b
Residual	105.825	92	1.150		
Total	173.221	94			

a. Dependent Variable: Ktotal

b. Predictors: (Constant), Ptotal, Ntotal

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Skor F hitung adalah 29,296 dan taraf signifikansi adalah 0,000, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.11. Dengan menggunakan rumus $=f_{inv}(\alpha, df1, df2)$, skor f hitung $>$ f tabel senilai 3,10. Selain itu, skor probabilitasnya $<$ 0,05, yang bermakna bahwa H_0 ditolak. Secara bersamaan, variabel nilai Islam dan pelayanan prima berdampak signifikan terhadap kepuasan anggota. Untuk menyelidiki kepuasan anggota, model regresi ini dapat digunakan. Tingkat kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahan sangat dipengaruhi oleh nilai Islam dan pelayanan prima yang diberikan secara bersamaan.

4.4.1 Uji Signifikan (Uji T)

Sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018), uji T digunakan untuk menentukan dampak tiap variabel secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Proses pemeriksaan dijalankan dengan melakukan perbandingan skor probabilitas t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $>$ t tabel dan taraf signifikansi $<$ 0,05, maka ada dampak variabel independen terhadap variabel

dependen secara individual. Tabel berikut menunjukkan perolehan uji signifikansi T, yang dikalkulasi menggunakan SPSS:

Tabel 4. 12
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.386	1.226		2.762	.007
	Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010
	Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002

a. Dependent Variable: Ktotal

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Menurut tabel 4.12, ketiga variabel independen memiliki taraf signifikansi $< 0,05$ terhadap variabel dependen

Probabilitas untuk nilai Islam yang digunakan adalah $0,010 < \alpha$ yang ditetapkan senilai $0,05$. Selain itu, nilai t hitung senilai $2,644 > t$ tabel yang bernilai $1,661$. Nilai t tabel ini didapatkan menggunakan kalkulasi excel yaitu dengan menggunakan fungsi $TINV(\alpha; \text{derajat kebebasan})$, dimana α merupakan probabilitas yang diberikan dan derajat kebebasan didapatkan dengan mengurangi jumlah data (N) dengan total variabel (k) yang digunakan. Dengan taraf signifikansi $0,05$, keseluruhan sampel adalah N, dan jumlah variabel adalah k. Selanjutnya, angka-angka tersebut dibandingkan dengan t hitung. Hipotesis 1 (H1) telah disetujui. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai Islam (X1) memengaruhi kepuasan anggota (Y). Dengan kata lain, semakin mudah digunakan, bertambah kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahaan.

Nilai probabilitas pelayanan prima ialah $0,002 < 0,05$ dan t hitung senilai $3,120 > 1,661$ (t tabel). Hipotesis 2 (H_2) disetujui. Hasilnya mengindikasikan bahwa pelayanan prima (X_2) berdampak signifikan terhadap kepuasan anggota (Y). Dengan kata lain, berkembangnya pelayanan prima yang diterima anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahaan, semakin puas mereka. Kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahaan paling banyak dipengaruhi oleh pelayanan prima, menurut nilai beta.

Perolehan kalkulasi dan analisis uji T yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa nilai Islam dan pelayanan prima secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahaan.

4.5 Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan dari olah data diatas tentang nilai Islam dan pelayanan prima terhadap kepuasan anggota BMT Umat Mandiri Sanggrahaan Sukoharjo menggunakan teknik analisis regresi linier berganda didapatkan hasil yaitu :

4.5.1 Penerapan nilai Islam Terhadap kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri

Variabel nilai Islam (X_1) ditemukan mempunyai skor t hitung sejumlah 2,644 dan taraf signifikansi senilai 0,010. Skor t hitung 2,644 lebih besar dari 1,661, dan taraf signifikansi 0,010 lebih rendah dari 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh angka-angka ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa H_1 disetujui bahwa variabel nilai Islam mempunyai dampak positif dan signifikan

terhadap kepuasan anggota. Ini berarti bahwa anggota akan sangat puas jika nilai Islam diterapkan. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel nilai Islam adalah salah satu variabel yang ada pengaruhnya terhadap kepuasan anggota di BMT Bina Umat Mandiri. Sehingga apabila tingkat nilai-nilai Islam makin tinggi, maka pengaruhnya makin kuat terhadap kepuasan anggota untuk bergabung menjadi anggota BMT Bina Umat Mandiri.

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara, 2017; Sitinjak & Joan, 2019; dan Hutami et al., 2021. Dalam penelitian menemukan bahwa penerapan nilai Islam mempunyai efek positif dan signifikan pada kepuasan anggota. Selain itu penelitian ini didukung oleh Faturrahman Djamil bahwa penerapan nilai Islam dalam tiap aktivitas keuangan syariah yaitu akad ataupun perjanjian yang dilakukan dengan anggotanya, sangat menunjang dalam pengembangan keuangan syariah dimasa yang akan datang kemudian dengan diterapkannya nilai Islam dalam keuangan syariah dengan baik serta benar tentunya dapat berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam memilih menjadi anggota keuangan syariah.

Dapat diambil kesimpulan bahwa jika tingkat pemahaman anggota semakin besar akan nilai Islam dalam bertransaksi maka semakin besar juga kepuasan dalam penggunaan sistem keuangan di BMT.

4.5.2 Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan anggota

Ada taraf signifikansi 0,002 dan skor t hitung 3,120 untuk variabel pelayanan prima (X2). Ini menunjukkan bahwa skor t hitung $3,120 > 1,661$ dan taraf signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa H2

disetujui bahwa variabel pelayanan prima memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, jika BMT Umat Mandiri memberikan layanan terbaik, responden akan sangat puas dengan pelayanan BMT.

Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa pelayanan prima adalah salah satu variabel yang ada pengaruhnya dengan kepuasan anggota pada BMT Bina Umat Mandiri. Sehingga apabila tingkat pelayanan prima makin tinggi maka pengaruhnya semakin kuat juga terhadap kepuasan anggota untuk menjadi anggota BMT.

Sama dengan penelitian sebelumnya oleh Rodiah & Melati (2020), Muliati et al. (2020), dan Nurdin et al. (2020), yang menemukan bahwa pelayanan prima memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan anggota. Penelitian ini didukung oleh Hessel Nogi S, yang mengemukakan bahwa jika pelayanan prima yang berkualitas merupakan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan anggota agar dapat merasa nyaman dan aman serta keyakinan anggota agar dapat menitipkan dananya maupun meningkatkan minat anggota dalam menyimpan dananya dengan rasa puas.

4.5.3 Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Secara Simultan Terhadap Kepuasan Anggota

Diketahui hasil pengujian melalui uji simultan adalah variabel nilai Islam dan pelayanan prima memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan anggota. Dilihat pada hasil uji F diperoleh bahwa f hitung sebesar 29,296 nilai Islam dan pelayanan prima dapat mempengaruhi kepuasan anggota. Diketahui pula dari pengujian koefisien determinasi pengaruh variabel independen

(nilai Islam dan pelayanan prima) memiliki pengaruh terhadap variabel independen (kepuasan anggota). Berdasarkan pada perolehan pengujian dapat diindikasikan bahwa secara simultan Penerapan nilai Islam dan pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Semua pengaruh signifikan yang bernilai positif pada variabel dalam studi ini mengindikasikan bahwa semakin baik nilai Islam dan pelayanan prima yang diterapkan akan meningkatkan kepuasan anggota BMT.

Penelitian ini didukung oleh Muhammad Syafi'I Antonio bahwa dalam hal pelayanan suatu keuangan syariah seharusnya mempunyai lingkungan kerja yang sejalan dan sesuai dengan syariah nilai Islam yang diatur dalam hukum perjanjian Islam serta aturannya telah diterangkan dalam Al-Quran serta Hadits.

Penerapan nilai nilai Islam yang baik dan benar dapat menjadi salah satu perbandingan bagi masyarakat untuk mengetahui mengetahui bahaya riba atau tambahan pinjaman agar masyarakat dapat lebih teliti dalam memakai jasa atau layanan di perbankan. Maka semakin besar tingkat pemahaman anggota akan nilai Islam dalam bermuamalah maka semakin besar juga kepuasan anggota di BMT.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai Islam dan pelayanan prima mempengaruhi kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Penerapan nilai Islam berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini dibuktikan dari skor t hitung senilai 2,644 dan taraf signifikansi senilai 0,010. Skor t hitung 2,644 lebih besar daripada 1,661, dan taraf signifikansi 0,010 lebih rendah daripada 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh angka-angka ini. Hal ini menunjukkan bahwa H1 setuju bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara faktor penerapan nilai Islam terhadap kepuasan anggota.
2. Pelayanan prima berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, seperti yang diperlihatkan oleh skor t hitung 3,120 dan taraf signifikansi 0,002. Ini menunjukkan bahwa skor t hitung $3,120 > 1,661$ dan taraf signifikansi $0,002 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H2 setuju bahwa pelayanan prima berdampak positif dan signifikan pada kepuasan anggota.
3. Diketahui hasil pengujian melalui uji simultan adalah variabel penerapan nilai Islam dan pelayanan prima memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota. Dilihat pada hasil uji F dapat diketahui bahwa f hitung sebesar 29,296 nilai Islam dan pelayanan prima dapat

mempengaruhi kepuasan anggota. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa secara bersama-sama Penerapan nilai Islam dan pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Semua pengaruh signifikan yang bernilai positif pada variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik nilai Islam dan pelayanan prima yang diterapkan akan meningkatkan kepuasan anggota BMT Bina Umat Mandiri.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan dalam menggunakan variabel independen hanya menggunakan 2 (dua) variabel saja dan hanya menggunakan 1 (satu) variabel dependen.
2. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.
3. Keterbatasan waktu sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.

5.3. Saran

1. Bagi pihak BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan, dari hasil penelitian di BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan ini bisa membantu meningkatkan kebiasaan kerja dan kemampuan untuk melayani anggota BMT dengan lebih baik, dapat dikembangkan lagi strategi pelayanan dan penerapan nilai-nilai Islamnya agar anggota BMT puas dengan layanan yang baik, mengurangi kesalahan, dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan mikro lainnya.

2. Bagi peneliti berikutnya, untuk mencapai hasil yang lebih optimal, diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan anggota. Ini akan memungkinkan penerapan nilai Islam dan kepuasan anggota menjadi lebih nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Febrianto (2023). Penerapan Nilai Islam terhadap kepuasan anggota di BMT NU Krasaan. *Jurnal Masharif Al Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Perbankan Syariah*. Vol.8.1
- Aisyah, B. N., Susilowati, L., & Muslim, N. A. (2018). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) Mudharabah Anggota dan Liability Lembaga Lain Terhadap Return On Equity (Study Pada Lembaga Keuangan Syariah Non Bank di Tulung agung dan Blitar). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 130–161.
- Akbar, M. R. Al, Sugianto, & Daula, A. N. (2021). Pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, VII(1), 97–109.
- Anggar Seni, N. N., & Dwi Ratnadi, N. M. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(6), 4043–4068.
- Arifah Rahmawati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Anggota BMT Surya Madani Ngemplak Boyolali*. (Skripsi, 2017)
- Aryani, D. & Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi & Organisasi*. 17(2) : 114-126.
- Astuti, S. D., & Huda, B. (2020). Pengaruh Service Excellent Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM Di Bank Syariah Mandiri KC Jatitangor. *Jurnal Shidqia Nusantara*, 1(1), 11–22.
- Atep Adya Barata, *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003). hlm. 22
- Azis, G. A., Roni, M., & Anshori, T. (2020). Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah , Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 93–108.
- Badri, S. (2012). *Metode Statistika untuk penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.: Ombak.

- Besse Alfira Anugrah (2018), *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BSM Cabang Makassar*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar th. 2018
- Budiaji, W. (2019). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Chusnah, Nidaul (2016) *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah BMT Amanah Cabang Magelang*. Other thesis, IAIN Salatiga.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. 2014.
- Dewi, I. G. A. A. O. (2021). Mendiskusikan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Dalam Penyusunan Disertai : Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 31–39.
- Dwi Priyatno. (2008). *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Yogyakarta: MediaKom
- Durianto, Darmadi, Sugiarto & Sitinjak, Toni. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Endang Saifuddin Anshari, *Kuliah Al-Islam*, (Bandung: Agia Media, 1978), 46.
- Fathurrahman, Djamil. *Hukum Perjanjian Syariah dalam kompliasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), 249
- Firdaus, D. F., & Alawiyah, T. (2021). Analisis Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 654–663.
- Furqon, M., Rahayu, S., & Astiati, D. I. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 7(1), 1–19.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Bandung: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Hessel Nogi S T, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), 208.
- Himmatul Aliah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang*, (Skripsi Semarang : 2019)

<http://newjoesafirablog.blogspot.com/2012/05/pengertian-dan-konsep-nilai-dalam-Islam.html?m> (diakses pada tanggal 06 Februari 2023)

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-data/> (diakses pada tanggal 25 Maret 2023)

Huzaimah, & Ibdalsyah. (2018). Analisis Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Cabang Bogor. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 04(02), 164–190.

Imam Ma'ruf, *Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Funding Di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019).

Indah, Suci Damai (2022). Pengaruh Etika Pemasaran Islam dan Pelayanan Prima terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT Mitra Khazanah Kota Palembang). *Undergraduate Thesis thesis*, UIN Raden Fatah Palembang.

Jama, A. A., & Redzuan, N. H. (2021). Solusi Potensial untuk Masalah Pembiayaan di kalangan Masyarakat Miskin: Kasus Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Indonesia. *Jurnal Keuangan Islam*, 10(2), 26–37.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2008

Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Colo Riwu, 2000, h. 721

Lumempow, N.R., Mandey, S., Rotinsulu, J.J. (2015). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri. Tbk Cabang Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*. 3(3), September 2015, 1275-1286.

Manggala, G. D. (2020). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBSIS)*, 3(2), 59–62.

Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Maryuliana, (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika*, Vol. 1, No. 2.

- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Cet 1 (Jakarta: Gema Insani, 2001), 34
- Mochamad Nur Puja, *Implementasi Strategi Pelayanan Prima pada Bisnis Biro Perjalanan Wisata*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019).
- Mu'ah dan Masram, "Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan", (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014)", hal. 76
- Muh. Djumhana, *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2006, h. 101.
- Nur Fitriatun Khasanah, *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah*. (Skripsi Semarang 2019)
- Ni'matul Jannah. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada BMT Usaha Artha Sejahtera (UAS) Bangilan Kabupaten Tuban. *Journal of Islamic Banking*, 2(1), 78–95.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- P, O. V., Widiastuti, T., & Suhaji. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Sequis Life Semarang). *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 53–62.
- Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi kedelapan Alih Bahasa Aecella Ariawati Hermawan. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi, R., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi*, 1(2), 118–131.
- Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 182
- Ratna Sari, Luther Bela, Pengaruh Standar Pelayanan Prima dan Nilai dalam Islam Terhadap Kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Makassar, *Jurnal Assets, Universitas Patria Artha*, Vol. 7, No. 2, (Desember, 2017), h. 292-307
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.

- Romdhoni, A. H., & Sumadi. (2020). Effect on Service Levels Baitul Maal Wat-Tamwil Tumang on Member Satisfaction Mudharabah Deposits. *International Journal of Islamic Economics & Business Management in Emerging Market (IJIEBMEM)*, 1(02), 114–121.
- Rusyd, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. ed. Nur Aedi. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 116
- Simorangkir, *ETIKA: Bisnis, Jabatan dan Perbankan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), hlm 82
- Siregar. (2014). *Statiska Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 (1st ed.)*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Solekha, Y. A., Syariah, J. A., Ekonomi, F., Pekalongan, I., Syariah, J. A., & Ekonomi, F. (2021). Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori). *Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(1), 44–58.
- Sugiyono. (2005). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Surisno A & Ardana. (2009). Etika Bisnis dan Profesi. Jakarta : Salemba Empat
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru. *Kindai*, 14(112), 255–262.
- Syah, A. A. (2020). Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 15–23.
- Syara, A. R., & Handayani, J. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BRI Kantor Cabang Kendal. *Keunis Majalah Ilmiah – ISSN No 2302-9315*, 8(2), 135–146.
- Utami, I. T. (2021). Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Cabang Green Garden Jakarta. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 19(2), 37–50.

- Utari, W., Inayatilah, & Ismaudin. (2020). Analisis Penerapan Nilai-Nilai Syariah dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam). *JIMEBIS*, 1(1), 66–78.
- Wahyuningsih dan Janah, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat, *Al-Amwal*, Volume 10, No. 2 Tahun 2018
- Warindrasti, R., & Nugraha, P. A. A. (2021). Mampukah kepuasan konsumen memediasi pengaruh personal selling , direct selling dan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah ? *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 25–36.
- Wijaya Lefi Yandie, *Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang*, (Skripsi Palembang : 2019)
- Yulianti, F. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin TBK KCP A. Yani Banjarmasin. *SPREAD Jurnal Ilmiah Bisnis dan Keuangan*, 3(2), 87-100.
- Zulqifli, & Habibah, S. (2018). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Asuransi Mandiri Bank Syariah Mandiri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Watampone). *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, 1(1), 52–70.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Saya Tri Velgowati mahasiswi jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Berikut ini adalah kuisisioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan. Oleh karena itu peneliti memohon dengan hormat kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi anda sekaligus untuk mengisi kuisisioner yang ada, peneliti ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

DAFTAR KUISISIONER

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pertanyaan yang anda pilih.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
NILAI ISLAM (X1)							
1	Al Huriyah / Kebebasan	Anggota diberikan kebebasan untuk memilih produk di BMT Bina Umat Mandiri sesuai dengan kebutuhannya dan tanpa ada unsur paksaan.					
2	Al Musawah / Persamaan	BMT Bina Umat Mandiri telah memberikan pelayanan yang sama dan tidak membeda-bedakan kepada setiap anggotanya.					
3	Al 'Adalah / Keadilan	Transaksi keuangan dan sistem bagi hasil antara BMT Bina Umat Mandiri dengan anggota menguntungkan kedua belah pihak serta telah sesuai dengan prinsip keadilan.					

4	Al Ridha / Kerelaan	Nasabah tidak merasa keberatan menanggung biaya administrasi dalam pembuatan akad <i>qardh</i> dengan BMT Bina Umat Mandiri.					
5	Ash Shidiq / Kejujuran	BMT Bina Umat Mandiri telah berlaku secara benar dan jujur dalam setiap transaksi keuangan dengan anggota.					
6	Al Kitabah / Tertulis	Akad dalam transaksi keuangan antara BMT Bina Umat Mandiri dan nasabah telah dibuat secara tertulis guna pembuktian dikemudian hari.					

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
PELAYANAN PRIMA (X2)							
1	Sikap	Karyawan di BMT Bina Umat Mandiri selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan perhatian terhadap anggota.					
2	Penampilan	Karyawan di BMT Bina Umat Mandiri berpenampilan rapi, sopan, dan tidak memakai aksesoris setiap bekerja.					
3	Kemampuan	Karyawan di BMT Bina Umat Mandiri memiliki kemampuan pengetahuan yang memadai mengenai produk-produk BMT Bina Umat Mandiri.					
4	Tindakan	Karyawan di BMT Bina Umat Mandiri memberikan tindakan yang cepat dan tanggap					

		dalam merespon keluhan nasabah serta dapat memberikan solusi dalam memecahkan masalah nasabah.					
5	Perhatian	Karyawan BMT Bina Umat Mandiri senantiasa membantu anggota yang menghadapi masalah dalam bertransaksi serta selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan anggota.					
6	Tanggung Jawab	Karyawan BMT Bina Umat Mandiri dapat dipercaya dalam mengelola uang dan menjamin keamanan anggota.					

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Kepuasan Nasabah (Y)							
1	Kesesuaian Harapan	Pelayanan karyawan dan fasilitas di BMT Bina Umat Mandiri yang diterima sesuai dengan harapan anggota serta anggota merasa puas dengan produk dan jasa yang sesuai atau bahkan melebihi harapan anggota.					
2	Minat Berkunjung Kembali	Saya akan selalu menggunakan produk BMT Bina Umat Mandiri karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan					

3	Kesediaan Merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain karena pelayanan serta fasilitas yang di dapat saat menabung di BMT Bina Umat Mandiri memuaskan.					
---	-------------------------------	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

1. Variabel Nilai Islam (X1)

NILAI ISLAM (X1)							
NO	N1	N2	N3	N4	N5	N6	TOTAL
1	4	4	5	5	4	5	27
2	4	5	5	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	5	25
5	4	5	4	4	4	4	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	4	5	5	4	5	28
10	3	4	4	4	4	3	22
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	3	3	4	22
15	4	4	5	5	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	4	5	4	4	5	27
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	5	5	5	4	27
26	5	4	5	4	5	4	27
27	3	4	4	4	3	4	22
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	5	5	4	4	27
30	5	5	5	5	5	5	30

31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	4	5	5	4	5	28
35	4	5	4	5	3	5	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	5	5	4	5	5	28
39	5	5	4	4	5	4	27
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	5	5	5	5	30
42	3	4	4	4	4	5	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	5	5	4	5	4	27
46	4	4	4	5	4	4	25
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	5	5	4	4	5	27
56	4	5	4	4	4	4	25
57	5	5	4	4	4	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	4	5	5	29
60	5	5	5	5	5	4	29
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	5	4	5	4	5	27
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	5	5	4	4	27

67	5	4	5	5	3	4	26
68	3	4	5	3	4	5	24
69	5	5	5	4	4	4	27
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	4	4	4	24
73	5	5	4	4	5	4	27
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	3	5	5	5	5	27
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	4	4	4	5	5	27
80	4	5	5	4	5	5	28
81	5	5	3	4	5	5	27
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	4	4	5	4	27
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	5	5	5	4	5	29
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	4	5	5	4	4	27
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	4	4	4	5	5	27
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	4	4	28
92	5	5	4	5	4	5	28
93	5	4	5	5	5	5	29
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	4	4	5	28
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	4	4	5	5	5	28
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	5	4	4	3	2	22

2. Variabel Pelayanan Prima (X2)

PELAYANAN PRIMA (X2)							
NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	5	4	4	27
5	3	4	4	4	4	3	22
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	5	25
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	5	5	4	4	27
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	4	5	5	4	4	27
16	5	4	5	5	5	4	28
17	4	4	4	5	4	4	25
18	5	5	3	4	5	4	26
19	3	4	4	4	3	4	22
20	5	4	5	5	4	4	27
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	4	5	5	4	4	27
26	5	4	5	5	5	4	28
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	3	4	5	4	26
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	4	5	5	4	4	27

32	3	4	4	4	4	3	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	5	4	5	4	26
36	5	4	5	5	4	4	27
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	3	4	5	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	4	5	5	4	4	27
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	4	4	4	4	4	25
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	5	5	5	5	4	28
47	3	4	3	3	3	4	20
48	5	5	4	5	5	5	29
49	4	5	3	4	5	5	26
50	4	4	5	4	4	4	25
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	4	5	4	4	27
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	4	4	4	27
55	4	4	3	4	4	5	24
56	5	5	4	5	4	4	27
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	5	3	4	5	5	26
59	5	5	4	5	5	4	28
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	5	5	5	4	4	4	27
63	5	4	5	4	4	5	27
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	5	3	4	5	5	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24

68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	4	5	5	4	28
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	3	4	4	5	24
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	5	4	4	4	4	25
75	5	5	5	4	4	4	27
76	4	5	4	5	4	4	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	5	4	5	4	5	27
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	4	3	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	3	5	4	5	27
86	5	4	4	5	4	4	26
87	4	4	5	4	4	4	25
88	4	5	4	4	5	5	27
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	4	4	4	5	27
91	4	5	5	5	4	5	28
92	4	4	4	4	4	4	24
93	5	5	4	4	4	4	26
94	4	5	4	4	5	5	27
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	5	4	5	4	26
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	5	5	4	5	4	27
99	4	4	5	4	5	5	27
100	5	5	5	5	5	5	30

3. Variabel Kepuasan Anggota (Y)

KEPUASAN NASABAH (Y)				
NO	K1	K2	K3	TOTAL
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	4	5	5	14
4	5	4	4	13
5	4	5	5	14
6	4	4	4	12
7	3	4	4	11
8	4	4	4	12
9	4	5	5	14
10	5	4	4	13
11	4	5	5	14
12	4	5	5	14
13	3	4	4	11
14	4	5	5	14
15	4	4	4	12
16	4	5	5	14
17	4	4	4	12
18	3	5	5	13
19	4	4	4	12
20	3	5	5	13
21	4	4	4	12
22	3	3	3	9
23	4	5	5	14
24	4	4	4	12
25	3	4	4	11
26	4	5	5	14
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	4	3	3	10
30	4	5	5	14
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12

33	4	5	5	14
34	5	4	4	13
35	4	5	5	14
36	4	4	4	12
37	3	4	4	11
38	4	4	4	12
39	4	5	5	14
40	5	4	4	13
41	4	5	5	14
42	4	5	5	14
43	3	4	4	11
44	4	5	5	14
45	4	4	4	12
46	4	5	5	14
47	4	4	4	12
48	3	5	5	13
49	4	4	4	12
50	3	5	5	13
51	4	4	4	12
52	3	3	3	9
53	4	5	5	14
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	5	5	14
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	4	3	3	10
60	4	5	5	14
61	4	4	4	12
62	4	4	4	12
63	4	5	5	14
64	5	4	4	13
65	4	5	5	14
66	4	4	4	12
67	3	4	4	11
68	4	4	4	12
69	4	5	5	14

70	4	4	4	12
71	4	5	5	14
72	4	5	5	14
73	3	4	4	11
74	4	5	5	14
75	3	4	4	11
76	4	5	5	14
77	4	4	4	12
78	3	5	5	13
79	4	4	4	12
80	4	5	5	14
81	4	4	4	12
82	3	3	3	9
83	4	5	5	14
84	4	4	4	12
85	3	4	4	11
86	4	5	5	14
87	3	4	4	11
88	4	4	4	12
89	3	3	3	9
90	4	5	5	14
91	3	5	5	13
92	4	4	4	12
93	3	3	3	9
94	4	5	5	14
95	4	4	4	12
96	3	4	4	11
97	4	5	5	14
98	3	4	4	11
99	4	4	4	12
100	4	3	3	10

Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS 23

Uji validitas

		Correlations						
		N1	N2	N3	N4	N5	N6	Ntotal
N1	Pearson Correlation	1	.930**	.070	.232*	.009	-.074	.566**
	Sig. (2-tailed)		.000	.498	.024	.932	.474	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
N2	Pearson Correlation	.930**	1	.080	.163	.065	-.111	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000		.439	.114	.532	.286	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
N3	Pearson Correlation	.070	.080	1	.129	.021	.023	.432**
	Sig. (2-tailed)	.498	.439		.212	.842	.821	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
N4	Pearson Correlation	.232*	.163	.129	1	-.017	.046	.458**
	Sig. (2-tailed)	.024	.114	.212		.871	.661	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
N5	Pearson Correlation	.009	.065	.021	-.017	1	.127	.503**
	Sig. (2-tailed)	.932	.532	.842	.871		.222	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
N6	Pearson Correlation	-.074	-.111	.023	.046	.127	1	.476**
	Sig. (2-tailed)	.474	.286	.821	.661	.222		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Ntotal	Pearson Correlation	.566**	.554**	.432**	.458**	.503**	.476**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

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

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Ptotal
P1	Pearson Correlation	1	.483**	.148	.092	.098	.832**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.153	.375	.345	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.483**	1	.071	.146	.099	.306**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000		.492	.158	.339	.003	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.148	.071	1	.255*	.242*	.163	.541**
	Sig. (2-tailed)	.153	.492		.013	.018	.115	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.092	.146	.255*	1	.293**	.033	.461**
	Sig. (2-tailed)	.375	.158	.013		.004	.749	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	.098	.099	.242*	.293**	1	.138	.475**
	Sig. (2-tailed)	.345	.339	.018	.004		.182	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P6	Pearson Correlation	.832**	.306**	.163	.033	.138	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.115	.749	.182		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Ptotal	Pearson Correlation	.776**	.583**	.541**	.461**	.475**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

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

Correlations

		K1	K2	K3	Ktotal
K1	Pearson Correlation	1	.133	.107	.627**
	Sig. (2-tailed)		.199	.302	.000
	N	95	95	95	95
K2	Pearson Correlation	.133	1	.177	.710**
	Sig. (2-tailed)	.199		.086	.000
	N	95	95	95	95
K3	Pearson Correlation	.107	.177	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.302	.086		.000

N		95	95	95	95
Ktotal	Pearson Correlation	.627**	.710**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N		95	95	95	95

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

Uji reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	3

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35569264
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.055
	Negative	-.068

Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.386	1.226		2.762	.007		
	Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
	Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Kttotal

Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.356	.963		-.369	.713
	Ntotal	.032	.057	.082	.556	.580
	Ptotal	.030	.045	.097	.661	.510

a. Dependent Variable: Abs_RES

R table 0.2017

F table 3,10

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.396	2	33.698	29.296	.000 ^b
	Residual	105.825	92	1.150		
	Total	173.221	94			

a. Dependent Variable: Ktotal

b. Predictors: (Constant), Ptotal, Ntotal

Uji ketetapan model

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.389	.376	1.073

a. Predictors: (Constant), Ptotal, Ntotal

b. Dependent Variable: Ktotal

Linier berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.386	1.226		2.762	.007		
	Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
	Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Ktotal

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.386	1.226		2.762	.007		
	Ntotal	.193	.073	.309	2.644	.010	.487	2.053
	Ptotal	.181	.058	.364	3.120	.002	.487	2.053

a. Dependent Variable: Ktotal

Lampiran 4 Jadwal Penelitian

Lampiran 5 Dokumentasi



Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Tri Velgowati
Tempat Tanggal Lahir : Sukoharjo, 10 April 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Mantung RT 2 RW 5 Sanggrahan, Grogol,
Sukoharjo
Agama : Islam
No. Telp : 089646635079
E-mail : velgowati345@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK RA Darussalam
2. SD Negeri 100 Selembaran Surakarta
3. SMP Muhammadiyah 8 Surakarta
4. SMK Negeri 3 Surakarta
5. UIN Raden Mas Said Surakarta

Kemampuan

1. Mampu mengoperasikan komputer (Ms. Word, Ms. Excel dan Ms. Powerpoint)
2. Mampu berkomunikasi dengan baik

Lampiran 7 Bukti Plagiasi




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id.
- Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini :

Nama : Tri Velgowati
NIM : 195231173
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai Islam dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggota BMT Bina Umat Mandiri Sanggrahan
Paper ID : 2121166161
Date : 25 Oktober 2023
Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 18%

Sukoharjo, 25 Oktober 2023

 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK.198906072018102003

LAMPIRAN

Muna Tri-PES																					
SIMILARITY INDEX	PERCENTAGE																				
18%	17%																				
6%	5%																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Source</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ipris.iain-surakarta.ac.id</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>repository.iainpes.ac.id</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>fbu.umad.ac.id</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>ipis.iain-surakarta.ac.id</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>ipis.ac.id</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>repository.iainpes.ac.id</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Submitted to Higher Education Commission Pakistan</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Submitted to Universitas Pulea Butam</td> <td><1%</td> </tr> <tr> <td>e-repository.perpus.umaintra.ac.id</td> <td><1%</td> </tr> </tbody> </table>		Source	Percentage	ipris.iain-surakarta.ac.id	5%	repository.iainpes.ac.id	2%	fbu.umad.ac.id	2%	ipis.iain-surakarta.ac.id	1%	ipis.ac.id	1%	repository.iainpes.ac.id	1%	Submitted to Higher Education Commission Pakistan	1%	Submitted to Universitas Pulea Butam	<1%	e-repository.perpus.umaintra.ac.id	<1%
Source	Percentage																				
ipris.iain-surakarta.ac.id	5%																				
repository.iainpes.ac.id	2%																				
fbu.umad.ac.id	2%																				
ipis.iain-surakarta.ac.id	1%																				
ipis.ac.id	1%																				
repository.iainpes.ac.id	1%																				
Submitted to Higher Education Commission Pakistan	1%																				
Submitted to Universitas Pulea Butam	<1%																				
e-repository.perpus.umaintra.ac.id	<1%																				