

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BMT AGAM MADANI NAGARI KOTO TANGAH KEC. TILATANG KAMANG

Ismeyralda¹⁾, Novera Martilova²⁾

ismeyralda428@gmail.com¹⁾, martilovanovera@gmail.com²⁾

^{1),2)} UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana kepuasan nasabah di BMT Agam Madani Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, dipengaruhi oleh aspek emosional dan kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan di BMT Agam Madani Nagari Koto Tengah dan menggunakan metodologi kuantitatif. Dengan menggunakan prosedur pengambilan sampel acak, 91 nasabah dipilih dari populasi 1.056 nasabah. Data primer dan sekunder digunakan, dan program SPSS 26 digunakan untuk pengujian instrumen, pengujian regresi linier berganda, pengujian koefisien determinasi, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,099 dan kontribusi sebesar 22,9%, dan signifikansi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Emosional, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how customer satisfaction at BMT Agam Madani Nagari Koto Tengah, Tilatang Kamang District, is impacted by emotional aspects and service quality. This study is conducted at BMT Agam Madani Nagari Koto Tengah and employs a quantitative methodology. Using random sampling procedures, 91 clients were selected from a population of 1,056 customers. Both primary and secondary data were used, and the SPSS 26 program was used for instrument testing, multiple linear regression testing, determination coefficient testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The study's findings demonstrated that: (1) Customer satisfaction is significantly impacted by service quality, with a regression coefficient of 0.099 and a contribution of 22.9%, and a significance

Keywords: Service Quality, Emotional, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Melonjaknya pemahaman warga hendak berartinya sistem ekonomi berplatform Islam sudah menimbulkan badan finansial Islam di Indonesia lalu bertumbuh cepat. Salah satu badan akan menggenggam andil berarti dalam perekonomian pemeluk yakni Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT berperan selaku badan finansial mikro akan sediakan bermacam produk serta layanan berplatform syariah, atas tujuan penting memberdayakan ekonomi warga kecil serta menengah. Keberadaannya sudah membuatkan efek positif buat keselamatan warga setempat, paling utama dalam sediakan akses finansial akan lebih inklusif serta menguatkan perekonomian wilayah.

Salah satu tolok ukur penting dalam memperhitungkan kemampuan badan finansial, tercantum BMT, yakni kebahagiaan pelanggan. Tingkatan kebahagiaan ini membuktikan seberapa bagus pelanggan memperhitungkan benda, pelayanan, serta interaksi atas petugas penegak hukum. Kebahagiaan pelanggan berefek langsung atas kepatuhan pelanggan, akan atas kesimpulannya hendak memefeki perkembangan BMT. Oleh sebab itu, berarti buat menguasai mutu produk, mutu layanan, aspek penuh emosi, harga, serta keringanan. Tidak hanya itu, ketidakpuasan pelanggan pula bisa diefakkan oleh aspek dalam serta eksternal, akan butuh dicermati oleh BMT dalam usaha tingkatan mutu layanannya.

Badan finansial syariah BMT bermaksud buat mensupport upaya kecil serta menengah lewat pemberian layanan simpan sanggam berlandasan atas pola buat hasil. Tidak hanya mengatur amal, infak, amal, serta hadiah, BMT pula menghimpun serta menuangkan anggaran atas badan. BMT Agam Madani di Nagari Koto Tangah, selaku buatan atas Koperasi Pelayanan Finansial Syariah (KJKS), menawarkan bermacam produk dana serta pembiayaan. Salah satu produk akan sangat disukai yakni Dana Ikhlas Teratur akan membuatkan kebebasan pencabutan anggaran tiap dikala tanpa penjatahan hasil.

Data Nasabah

No	Tahun	Jumlah Nasabah	%
1	2019	884 Nasabah	
2	2020	930 Nasabah	5,20%
3	2021	974 Nasabah	4,73%
4	2022	1022 Nasabah	4,92 %
5	2023	1056 Nasabah	3,32%

Pangkal: wawancara atas karyawan

Bersamaan atas melonjaknya jumlah pelanggan. Informasi membuktikan kalau jumlah pelanggan BMT Agam Madani bertambah atas 884 atas tahun 2019 jadi 1.056 atas tahun 2023. Walaupun terdapat instabilitas dalam laju pertumbuhannya, atas cara totalitas jumlah pelanggan lalu membuktikan eskalasi akan penting. Kejadian ini melukiskan gimana BMT Agam Madani sudah jadi opsi penting buat warga dalam mengatur finansial mereka. Perihal ini pula membuktikan kalau warga Nagari Koto Tangah mempunyai kemampuan besar selaku pelanggan buat badan finansial syariah, paling utama BMT.

Kesusahan dalam menjaga kebahagiaan pelanggan pula ditunjukkan atas melonjaknya jumlah pelanggan. 2 aspek terutama dalam menghasilkan ikatan akan abadi atas pelanggan yakni mutu layanan serta buatan penuh emosi. Kasus akan ditemui semacam ketidakpuasan keatas jasa akan lelet butuh lekas ditangani buat melindungi pandangan BMT. BMT Agam Madani wajib fokus atas kenaikan mutu layanan serta membuat ikatan penuh emosi akan bagus atas pelanggan. Dalam perihal ini, riset ini bermaksud buat menganalisa efek mutu layanan serta pandangan penuh emosi keatas kebahagiaan pelanggan, dan membuatkan saran buat kenaikan layanan di BMT Agam Madani.

KAJIAN PUSTAKA

A. Kepuasan Nasabah

Kebahagiaan pelanggan merujuk atas perasaan puas / suka akan mencuat sehabis pelanggan memakai produk / layanan. Dalam kondisi biasa, kebahagiaan ini bisa diukur atas menyamakan impian pelanggan saat sebelum memakai produk / layanan atas pengalaman akan mereka miliki setelahnya. Buat Kotler, kebahagiaan terjalin kala hasil akan diterima lebih cocok atas / apalagi melampaui impian pelanggan. Dalam perspektif Islam, kebahagiaan pelanggan pula wajib penuhi prinsip-prinsip syariah, semacam kejujuran, tepercaya, serta bukti, akan berperan buat melindungi integritas dalam ikatan bidang usaha. Kebahagiaan ini bisa mendesak bermacam khasiat buat industri, semacam kenaikan kepatuhan pelanggan, pembelian kesekian, dan nama baik akan lebih bagus di mata warga. Buat mengukur kebahagiaan klien, industri butuh mencermati bermacam aspek, semacam mutu produk, harga akan alami, serta layanan akan melegakan. Kebahagiaan klien pula bisa berhubungan atas tingkatan pemasukan industri.

B. Kualitas Pelayanan

Mutu jasa melingkupi totalitas pandangan atas layanan akan diserahkan, mulai atas kesesuaian atas impian pelanggan, sampai gimana layanan ituenuhi / melampaui ekspektasi mereka. Buat Kotler serta Keller, mutu layanan yakni karakter / fitur layanan akan memefeki kemampuannya dalam penuhi keinginan pelanggan. Dalam Islam, mutu jasa tidak cuma ditaksir atas bidang material, namun pula atas hasrat serta etika dalam membuatkan layanan. Jasa akan bagus yakni wujud ibadah kemampuan keberkahan dalam bidang usaha itu. Karakter mutu jasa mencakup keandalan, keahlian buat penuhi keinginan pelanggan atas kilat, dan komunikasi akan bagus serta nyata. Pegawai industri pula maksimal. Perihal ini pula diefeki oleh pengalaman pelanggan lebih dahulu, dan komunikasi eksternal akan dicoba oleh industri. Dalam kondisi syariah, mutu jasa pula terpaut atas membuatkan layanan akan halal serta bantuan, cocok atas anutan agama. Jasa akan bermutu tidak cuma profibagan buat pelanggan, namun pula buat industri, sebab hendak tingkatkan kepatuhan pelanggan serta menghasilkan ikatan waktu jauh akan positif.

C. Emosional

Aspek penuh emosi berfungsi besar dalam kebahagiaan pelanggan sebab perasaan akan mencuat dikala memakai produk / layanan amat efeki pengalaman mereka atas cara totalitas. Marah semacam rasa besar hati, yakin diri, / rasa aman bisa tingkatkan kebahagiaan pelanggan. Buat Goleman, marah yakni kombinasi selah perasaan serta benak akan membuat aksi seorang. Dalam kondisi bidang usaha, bila produk / layanan akan diperoleh pelanggan bisa membuatkan perasaan positif semacam kebesarhatian / ikon status, hingga pelanggan hendak merasa puas. Dalam perbankan syariah, aspek angka kebatinan. Pelanggan alhasil mereka puas hendak prinsip syariah serta membuatkan efek positif atas cara kebatinan. Aspek penuh emosi ini, paling utama dalam perihal agama keatas angka akan lebih besar atas semata- mata profit material. Oleh sebab itu, industri wajib dapat menguasai serta penuhi keinginan penuh emosi pelanggan supaya bisa menghasilkan pengalaman akan lebih bagus serta tingkatkan kepatuhan.

D. Hubungan Kualitas Pelayanan atas Kepuasan Nasabah

Amat efeki / apalagi melampaui ekspektasi mereka. Buat bermacam pakar, kenaikan mutu jasa bukan cuma buat melindungi kebahagiaan pelanggan, namun pula buat membuat kepatuhan mereka dalam waktu jauh. Mutu jasa akan bagus bisa menghasilkan ikatan akan

kokoh salah industri serta pelanggan.. Bila jasa dirasa kurang baik / tidak cocok impian, pelanggan mengarah merasa kecewa serta beralih ke kompetitor. Oleh sebab itu, industri butuh fokus buat lalu tingkatkan mutu layanan mereka supaya bisa melegakan keinginan serta impian pelanggan. Di bumi perbankan, kenaikan mutu jasa tidak cuma berkontribusi atas kebahagiaan pelanggan namun pula memefeki atas nama baik industri. Perihal ini membuat industri jadi lebih terpercaya serta lebih gampang memperoleh klien terkini lewat saran atas pelanggan akan puas. Jasa akan maksimal bisa kurangi keluhan serta atas gilirannya mendatangkan lebih banyak profit.

E. Hubungan Emosional atas Kepuasan Nasabah

Marah mempunyai efek akan amat besar dalam memastikan kebahagiaan pelanggan. Kala pelanggan merasa dinilai, dimengerti, serta diserahkan layanan akan membuat mereka merasa lebih bagus, hingga perasaan positif mereka hendak terwujud, akan berakhir atas kebahagiaan. Marah positif, semacam perasaan besar hati serta yakin diri, bisa tingkatkan kepatuhan pelanggan keatas industri. Dalam bermacam riset, marah positif akan dialami pelanggan sepanjang interaksi atas industri berkaitan langsung atas kenaikan kebahagiaan. Kebalikannya, marah minus, semacam rasa kecewa / frustrasi, bisa merendahkan tingkatan kebahagiaan. Di zona perbankan, paling utama bank syariah, perasaan penuh emosi pula berhubungan akrab atas nilai- nilai religius, semacam hasrat akan ikhlas buat mendapatkan bantuan Allah. Pelanggan bank syariah kerap kali memilah layanan berlandasan atas pandangan kebatinan ini, walaupun profit keuangan akan didapat lebih kecil, sepanjang perihal itu mengerti keatas marah serta keinginan kebatinan pelanggan bisa menolong industri menghasilkan layanan akan lebih melegakan, tidak cuma atas buatan modul namun pula atas buatan penuh emosi serta akhlak.

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif akan bermaksud buat menganalisa informasi dalam wujud nilai lewat tata cara statistik. Pendekatan deskriptif dipakai buat melukiskan informasi atas cara analitis atas membuat persentase serta pola kecenderungannya. Hasil riset bertabiat deskriptif, maksudnya tidak melaksanakan inferensi di luar informasi akan ada dikala ini. Tidak hanya itu, periset bisa melaksanakan inferensi di luar informasi kuantitatif atas memakai pendekatan inferensial buat menilai ikatan dampingi elastis lewat pengetesan

anggapan. Dalam perihal ini, riset dicoba di kantor KJKS BMT Agam Madani akan berada di Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Riset diawali atas bertepatan atas 1 Oktober serta berjalan sampai berakhir. Informasi akan dipakai dalam riset ini terdiri atas 2 tipe. Informasi pokok didapat lewat survey alun- alun atas memakai angket serta tanya jawab atas pihak BMT Agam Madani, sebaliknya informasi inferior didapat atas pangkal- pangkal lain akan sudah diterbitkan.

Populasi dalam riset ini yakni pelanggan BMT Nagari Koto Tengah di Kecamatan Tilatang Kamang atas tahun 2023, akan jumlahnya dekat 1. 056 orang. Populasi ini mencakup orang akan mempunyai karakter khusus akan relevan atas fokus riset. Dalam riset ini, ada 2 tipe populasi, ialah populasi sasaran (semua golongan akan jadi fokus riset) serta populasi akan bisa digapai (buatan atas populasi sasaran akan bisa diakses buat pengumpulan ilustrasi). Ilustrasi didapat atas pelanggan BMT Nagari Koto Tengah atas patokan kalau responden bisa membuatkan balasan akan adil berlandaskan atas pengalaman mereka dalam berbisnis atas BMT Agam Madani. Jumlah ilustrasi akan didapat yakni 91 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Objek Penelitian

BMT Agam Madani Koto Tengah dibuat atas 4 Januari 2008 oleh 23 orang atas tujuan tingkatan keselamatan warga lewat koperasi berplatform syariah. Modal dini sebesar Rp 29. 000. 000 dipakai buat mendirikan badan ini, akan berpusat atas 2 guna penting: Baitul Maal (buat pengurusan anggaran amal, infaq, serta shadaqah) serta Baitul Tamwil (buat pengembangan upaya mikro, kecil, serta menengah). BMT ini sah bekerja atas Januari 2009 atas modal bonus atas penguasa wilayah sebesar Rp 300. 000. 000, buat mensupport aktivitas ekonomi pemeluk berplatform syariat Islam.

Visi BMT Agam Madani mau jadi LKMS akan tepercaya serta handal, dan berfungsi dalam tingkatan keselamatan badan serta pemeluk atas cara biasa, atas cuma menginginkan ridho Allah SWT. Misinya yakni memberdayakan warga atas melepaskan mereka atas jaring rentenir serta kekurangan. Tujuan pendirian BMT Agam Madani yakni buat membenarkan perekonomian warga, tingkatan pemasukan badan, menjalankan ikatan atas penguasa nagari serta figur adat, dan meningkatkan kerjasama selah bermacam pihak buat mensupport pengembangan ekonomi lokal.

BMT Agam Madani mempunyai bentuk badan akan terdiri atas RAT (Rapat Badan Tahunan), pimpinan, badan pengawas, sekretaris, bendaharawan, administrator, teller, adm finansial, manajemen pembiayaan, serta penggalang anggaran, tiap- tiap atas kewajiban akan silih memenuhi dalam pengurusan badan. BMT Agam Madani menawarkan bermacam produk penghimpun anggaran serta dana semacam Dana Mandiri Aman, Dana Pendidikan, Dana Qurban, Dana Haji Terkabul, serta Dana Idul Fitri. Metode jadi pelanggan melingkupi pengisian blangko, memberikan bukti diri, serta bayaran dini. BMT Agam Madani sediakan sebuatan tipe pembiayaan, semacam pembiayaan Mudharabah (buat modal upaya), pembiayaan Ijarah (buat carter benda / tempat upaya), serta pembiayaan Murabahah (jual beli atas pembayaran harga utama bersama keuntungan).

B. Karakteristik Responden

Karakter responden melingkupi tipe kemaluan, umur, profesi, serta pendidikan terakhir, akan dipecah dalam sebuatan jenis. Responden terdiri atas 34 laki- laki (37%) serta 57 perempuan (63%), alhasil kebanyakan responden yakni wanita. Responden dikelompokkan dalam 3 golongan umur: 17- 35 tahun (24%), 36- 50 tahun (45%), serta 51- 75 tahun (31%). Golongan umur 36- 50 tahun memimpin atas 41 orang (45%). Jenis profesi akan ditemui yakni PNS (8%), BUMN (4%), wirausaha (27%), orang dagang (31%), orang tani (19%), serta mahasiswa atau siswa (11%). Kebanyakan responden bertugas selaku orang dagang (31%). Responden berlandasan atas pendidikan terakhir terdiri atas alumni SD (15%), SMP (23%), SMA (40%), Akta (12%), serta S1 (10%). Beberapa besar responden mempunyai pendidikan terakhir SMA (40%). Akhirnya, kebanyakan responden yakni wanita, berumur 36- 50 tahun, bekerja selaku orang dagang, serta mempunyai pendidikan terakhir SMA.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Validitas dan Reabilitas

a. Tes Validitas

Keabsahan merujuk atas sepanjang mana instrumen pengukuran bisa melukiskan apa akan sepatutnya diukur. Sesuatu instrumen pengukuran dikira asi bila bisa membuatkan informasi akan relevan cocok atas elastis akan hendak diukur. Pengetesan keabsahan dicoba atas memakai SPSS tipe 26..

a) Variabel Kualitas Pelayanan

Uji Validitas X1			
Item	R hitung	R tabel (N=91)	Keterangan
Pelayanan 1	0.386	0.2061	Valid
Pelayanan 2	0.386	0.2061	
Pelayanan 3	0.462	0.2061	
Pelayanan 4	0.386	0.2061	
Pelayanan 5	0.386	0.2061	
Pelayanan 6	0.441	0.2061	
Pelayanan 7	0.462	0.2061	
Pelayanan 8	0.358	0.2061	
Pelayanan 9	0.548	0.2061	
Pelayanan 10	0.462	0.2061	
Pelayanan 11	0.441	0.2061	
Pelayanan 12	0.548	0.2061	
Pelayanan 13	0.365	0.2061	
Pelayanan 14	0.300	0.2061	
Pelayanan 15	0.358	0.2061	
Pelayanan 16	0.365	0.2061	
Pelayanan 17	0.365	0.2061	
Pelayanan 18	0.300	0.2061	
Pelayanan 19	0.548	0.2061	

Sumber: Data diolah SPSS 26 2024

Semua item persoalan diklaim legal berlandasan atas hasil pengetesan keabsahan elastis Mutu Jasa (X1) sebab nilai- nilai $R_{hitung} \geq R_{tabel}$.

b) Variabel Emosional

Uji Validitas X2			
Item	R hitung	R tabel (N=91)	Keterangan
Emosional 1	0.750	0.2061	Valid
Emosional 2	0.822	0.2061	
Emosional 3	0.666	0.2061	
Emosional 4	0.824	0.2061	

Sumber: Data diolah SPSS 26 2024

Berlandasan atas pengetesan keabsahan buat elastis Penuh emosi (X2), keempat item akan dicoba membuktikan hasil asi sebab penuhi patokan $R_{hitung} \geq R_{tabel}$.

c) Variabel Kepuasan Nasabah

Uji Validitas Y			
Item	R hitung	R tabel (N=91)	Keterangan
KN 1	0.702	0.2061	Valid
KN 2	0.653	0.2061	
KN 3	0.823	0.2061	
KN 4	0.803	0.2061	

Sumber: Diolah SPSS 26 2024

Keempat item akan diawasi asi buat pengetesan keabsahan elastis Kebahagiaan Klien (Y) sebab $R_{hitung} \geq R_{tabel}$.

b. Tes Reabilitas

a) Variabel Kualitas Pelayanan

Tes Reabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	19

Hasil pengujian reliabilitas membuktikan kalau 19 item buat elastis Mutu Jasa mempunyai angka Cronbachs Alpha sebesar 0, 737 akan lebih besar atas 0, 6 akan membuktikan kalau item itu reliabel serta tidak berubah- ubah buat dipakai selaku perlengkapan pengumpulan informasi dalam riset ini. Pengelompokan reliabilitas item berlandasan atas kalkulasi SPSS tipe 26 yakni sebesar 0, 737 akan terkategori amat reliabel.

b) Variabel Emosional

Tes Reabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

Hasil pengujian reliabilitas elastis penuh emosi membuktikan angka Cronbach' s Alpha sebesar 0, 768, lebih besar dibanding 0, 6. Ini membuktikan kalau keempat item atas elastis Penuh emosi reliabel serta tidak berubah- ubah. Pengelompokan reliabilitas buat item Penuh emosi berlandasan atas kalkulasi SPSS tipe 26 yakni 0, 768, akan tercantum dalam jenis besar.

c) Variabel Kepuasan Nasabah

Tes Reabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

Hasil pengujian reliabilitas elastis penuh emosi membuktikan angka Cronbach' s Alpha sebesar 0, 733, lebih besar atas 0, 6, akan menunjukkan kalau seluruh item reliabel serta tidak berubah- ubah selaku perlengkapan pengumpul informasi. Pengelompokan reliabilitas buat item Kebahagiaan Pelanggan berlandasan atas kalkulasi SPSS tipe 26 yakni 0, 733, akan terkategori besar.

2. Hasil Tes Asumsi Klasik

a. Tes Normalitas

Pengujian normalitas Kolmogorov- Smirnov dipakai buat mengecek apakah informasi residual terdistribusi wajar. Bila angka sig lebih atas 0, 05, hingga informasi dikira wajar. Bila angka $\text{sig} \leq 0, 05$, hingga informasi dikira tidak normal.

Tes Normalitas

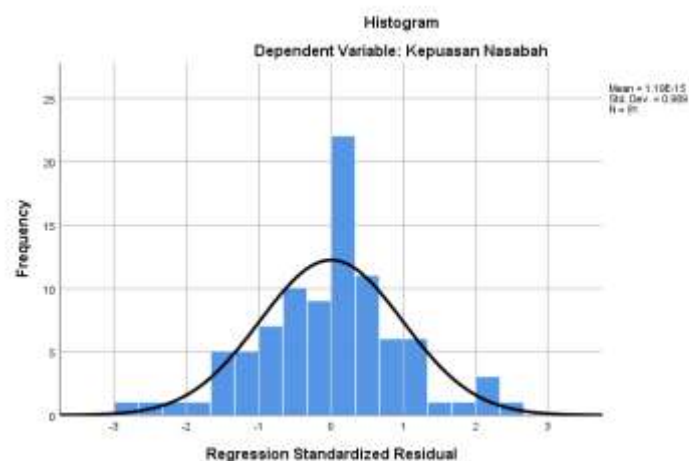
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

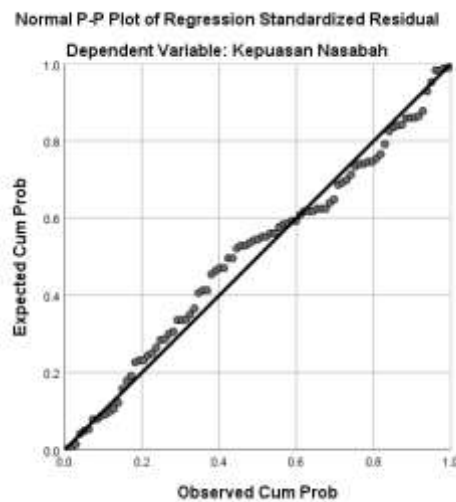
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20088785
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.056
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.





Pangkal: Data diolah SPSS 26 2024

b. Tes Multikolaritas

Tes Multikorelasi

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kepuasan Nasabah	.893	1.120
	Emosional	.893	1.120

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Bisa diamati kalau angka keterbukaan buat elastis Kebahagiaan Klien lebih besar atas 0, 1 serta angka VIF lebih kecil atas 10. Perihal ini membuktikan tidak ada permasalahan multikolinearitas dampingi elastis leluasa.

c. Tes Autokolerasi

Tes Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.500 ^a	.250	.233	1.22002	2.041

a. Predictors: (Constant), Emosional, Kepuasan Nasabah

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Angka Durbin Watson yakni 2,041, akan membuktikan kalau tidak terdapat autokorelasi dalam informasi, sebab angka Durbin Watson terletak dalam bentang akan bisa diperoleh ($1,6143 \leq 2,041 \leq 2,3857$).

d. Tes Heteroskedstisitas

Tes Heteroskedstisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.325	1.107		.039
	Kualitas Pelayanan	-.028	.022	-.146	.196
	Emosional	-.040	.059	-.075	.503

a. Dependent Variable: ADD_ABS

Atas pengetesan heteroskedastisitas, tidak ditemui pertanda heteroskedastisitas atas elastis Mutu Jasa serta Penuh emosi, sebab angka signifikansi tiap- tiap elastis lebih besar atas 0,05.

3. Tes Regresi Linear Berganda

Pengetesan regresi dipakai buat mengenali efek elastis bebas keatas elastis terbatas. Berlandasan atas analisa regresi linier berganda, didapat pertemuan regresi selaku selanjutnya:

Tes Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.187	1.722		.492
	Kualitas Pelayanan	.099	.034	.289	.004
	Emosional	.475	.092	.509	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Konstanta 1,187 membuktikan kalau bila elastis Mutu Layanan serta Penuh emosi berharga 0, hingga Kebahagiaan Klien berharga 1,187. Koefisien regresi buat elastis Mutu Layanan yakni 0,099, akan berarti kalau tiap ekskalasi 1 buatan atas elastis Mutu Layanan hendak tingkatan Kebahagiaan Klien sebesar 9,9%. Koefisien regresi buat elastis Penuh emosi yakni 0,475, akan berarti kalau tiap ekskalasi 1 buatan atas elastis Penuh emosi hendak tingkatan Kebahagiaan Klien sebesar 47%.

4. Tes Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien pemastian (R^2) dipakai buat mengukur sepanjang mana elastis bebas memefeki elastis terbatas.

Tes Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496 ^a	.246	.229	1.21446

a. Predictors: (Constant), Emosional, Kualitas Pelayanan

Angka R^2 sebesar 22, 9% membuktikan kalau partisipasi elastis Mutu Jasa serta Penuh emosi dalam menarangkan elastis Kebahagiaan Klien sebesar 22, 9%. Lebihnya sebesar 77, 1% diefeki oleh elastis lain akan tidak diulas dalam riset ini, semacam mutu produk, harga, serta keringanan.

5. Tes Hipotesis

a. Tes Parsial (Tes t)

Efek tiap- tiap elastis bebas keatas elastis terbatas ditilik atas cara terpisah memakai uji- t.

Tes Parsial (Tes t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	1.187	1.722	.688	.492
	Kualitas Pelayanan	.099	.034	.289	.295
	Emosional	.475	.092	.509	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil pengetesan t membuktikan kalau elastis Mutu Jasa ($t_{hitung} = 2, 950$) lebih besar atas t_{bagian} (1, 987) alhasil H_a diperoleh akan berarti Mutu Jasa memefeki keatas Kebahagiaan Klien. Hasil pengetesan t buat elastis Penuh emosi ($t_{hitung} = 5, 193$) pula lebih besar atas t_{bagian} (1, 987) alhasil H_a diperoleh akan berarti Penuh emosi memefeki keatas Kebahagiaan Klien.

b. Tes Simulta (Tes f)

Buat memastikan apakah seluruh elastis bebas bersama- sama mempunyai efek keatas elastis terbatas, pengetesan F dipakai.

Tes Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.362	2	21.181	14.361	.000 ^b
	Residual	129.792	88	1.475		
	Total	172.154	90			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Emosional, Kualitas Pelayanan						

Atas angka sig sebesar 0,000 akan lebih kecil atas 0,05, hingga nilai F_{hitung} (14,261) lebih besar atas F_{bagan} (3,10). Oleh sebab itu, H_a diperoleh, serta bisa disimpulkan kalau Mutu Layanan serta Penuh emosi memefeki keatas Kebahagiaan Klien.

KESIMPULAN

Berlandasan atas riset akan sudah dicoba mengenai efek mutu jasa serta pengurusan marah keatas kebahagiaan pelanggan atas BMT Agam Madani akan berada di Nagari Koto Tengah Kecamatan Tilatang Kamang bisa disimpulkan kalau kedua aspek itu mempunyai efek akan penting keatas tingkatan kebahagiaan pelanggan. Mutu jasa mempunyai efek positif atas cara langsung keatas kebahagiaan pelanggan, dimana terus menjadi bagus jasa akan diserahkan hingga terus menjadi besar pula kebahagiaan akan dialami pelanggan. Tidak hanya itu keahlian karyawan dalam mengatur emosinya pula efeki tingkatan kebahagiaan pelanggan, sebab karyawan akan sanggup mengatur emosinya mengarah hendak membuatkan pengalaman jasa akan lebih melegakan. Atas cara totalitas, mutu jasa serta pengurusan marah atas cara bersama-sama bisa tingkatan kebahagiaan pelanggan.

Berlandasan atas hasil riset ini, dianjurkan supaya BMT Agam Madani Nagari Koto Tengah lalu berpusat atas kenaikan mutu jasa dan keahlian pegawai dalam mengatur marah mereka, sebab ini hendak berefek positif keatas kebahagiaan pelanggan. Tidak hanya itu, diharapkan terdapatnya sokongan akan lebih besar atas pihak penguasa buat pengembangan BMT, supaya zona ini bisa lalu bertumbuh. Buat golongan akademisi, penemuan riset ini bisa jadi rujukan dalam mata kuliah Badan Finansial Syariah dan materi buat riset berikutnya. Periset selanjutnya dianjurkan buat meluaskan jangkauan elastis akan dianalisis, semacam mutu produk, harga, serta keringanan layanan, buat memperoleh uraian akan lebih mendalam hal aspek- aspek akan efeki kebahagiaan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I., & Teragung, A. (2019). Aspek- Aspek akan Efeki Kebahagiaan Pelanggan atas Bank Syariah. *Journal of Islamic Economics*, 4 (2), 143- 156.
- Alamsyah, M., & Fitriani, R. (2021). Efek Mutu Jasa keatas Kebahagiaan Pelanggan atas Bank Syariah di Indonesia. *Journal of Islamic Finance*, 3 (2), 115- 129.
- Andika, S., & Taufik, Z. (2020). Analisa Mutu Jasa serta Kebahagiaan Pelanggan atas Badan Finansial Syariah. *Harian Manajemen Bidang usaha*, 11 (2), 100- 113.
- Ardiansyah, M., & Arief, P. (2020). Mutu Jasa serta Kebahagiaan Pelanggan atas Bank Syariah: Riset Permasalahan di Kota Surabaya. *Harian Ekonomi serta Finansial*, 7 (4), 225- 238.
- Bidaatas, L. T., & Rahmawati, R. (2021). Efek Mutu Jasa keatas Kebahagiaan Pelanggan di Bank Syariah. *Harian Manajemen serta Bidang usaha*, 6 (2), 35- 50.
- Farhan, A., & Hadi, M. (2020). Anggapan Pelanggan keatas Mutu Jasa atas Badan Finansial Syariah. *Harian Bidang usaha Islam*, 5 (4), 140- 155.
- Fitri, A., & Hidayat, D. (2021). Kebahagiaan Pelanggan atas Badan Finansial Syariah: Analisa Mutu Jasa serta Pandangan Penuh emosi. *Journal of Business and Management*, 8 (1), 100- 112.
- Gita, R., & Utami, P. S. (2021). Kedudukan Penuh emosi dalam Kebahagiaan Pelanggan Badan Finansial Syariah. *Harian Ekonomi Islam*, 11 (1), 76- 89.
- Hartono, R., & Setiawan, M. (2021). Aplikasi SPSS dalam Analisa Kuantitatif buat Riset Bidang usaha. *Harian Metodologi Riset*, 5 (2), 45- 59.
- Kusnadi, A., & Nurdiana, N. (2019). Ikatan Mutu Jasa serta Kebahagiaan Pelanggan atas Badan Finansial Syariah di Indonesia. *Harian Akuntansi serta Manajemen*, 7 (3), 120- 132.
- Kusumawati, D., & Setiawan, M. (2020). Efek Mutu Jasa keatas Kebahagiaan Pelanggan atas Badan Finansial Mikro Syariah. *Harian Ekonomi serta Bidang usaha Islam*, 5 (1), 25- 39.
- Nasution, M., & Zulkarnain, Z. (2021). Efek Mutu Jasa keatas Kebahagiaan Pelanggan di BMT Syariah. *Harian Ekonomi serta Bidang usaha*, 9 (4), 204- 218.
- Nugroho, D., & Prasetyo, A. (2020). Memakai SPSS 26 buat Riset Kuantitatif dalam Analisa Aspek. *Harian Statistik serta Informatika*, 12 (3), 100- 115.
- Nugroho, E., & Darmawan, B. (2021). Emosionalitas serta Kebahagiaan Pelanggan atas Bank Syariah. *Journal of Islamic Economics Studies*, 10 (3), 56- 72.
- Pratama, R., & Prasetyo, A. (2020). Aspek- aspek akan Efeki Kebahagiaan Pelanggan Badan Finansial Syariah. *Harian Bidang usaha serta Manajemen*, 4 (1), 99- 112.

- Belas kasihan, H., & Firdaus, M. (2019). Efek Kebahagiaan Pelanggan keatas Kepatuhan Pelanggan Bank Syariah. *Harian Ekonomi Islam*, 6 (3), 145- 160.
- Santosa, I., & Aditya, M. (2020). Efek Mutu Jasa keatas Kebahagiaan Pelanggan: Perspektif Bank Syariah. *Harian Ekonomi serta Manajemen*, 13 (4), 141- 157.
- Ekstrak, F., & Wibowo, A. (2019). Efek Pengalaman Penuh emosi keatas Kebahagiaan Pelanggan di Bank Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 4 (2), 88- 102.
- Ekstrak, S., & Belas kasih, Z. (2019). Aspek Penuh emosi dalam Kebahagiaan Pelanggan Badan Finansial Syariah. *Harian Ekonomi Islam*, 7 (3), 85- 98.
- Pahlawan, R., & Sabda, D. (2020). Efek Mutu Jasa serta Aspek Penuh emosi keatas Kebahagiaan Pelanggan di Bank Syariah. *Harian Bidang usaha serta Ekonomi Islam*, 8 (2), 92- 107.
- Setiawan, I., & Adi, S. (2021). Metode Analisa Kuantitatif Memakai SPSS 26 dalam Riset Ekonomi serta Bidang usaha. *Harian Analisa Informasi*, 6 (2), 150- 165.
- Sofyan, I., & Hadi, S. (2020). Emosionalitas Pelanggan dalam Pengumpulan Ketetapan atas Layanan Perbankan Syariah. *Journal of Islamic Business Studies*, 8 (3), 45- 60.
- Syamsul, H., & Purnomo, A. (2020). Marah serta Kebahagiaan Pelanggan: Riset Permasalahan atas Bank Syariah. *Harian Ekonomi Syariah*, 12 (1), 102- 118.
- Wati, R., & Sulaiman, R. (2019). Mutu Jasa serta Kebahagiaan Pelanggan di Bank Syariah. *Harian Finansial serta Perbankan*, 14 (2), 210- 223.
- Wijayanti, L., & Irwanto, E. (2020). Eksploitasi SPSS 26 dalam Analisa Informasi Kuantitatif: Pendekatan Pengetesan Anggapan. *Harian Metode Statistik*, 14 (1), 30- 42.
- Yuliana, E., & Gunawan, S. (2020). Aplikasi Analisa Regresi Linear Memakai SPSS 26 atas Riset Bidang usaha. *Harian Statistik Terapan*, 10 (3), 230- 245.