

PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU MAGETAN 2

SKRIPSI



Oleh:

Mahanani Retno Pembayun

NIM 402190145

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

**PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU MAGETAN 2**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)**



Oleh:

Mahanani Retno Pembayun

NIM 402190145

Pembimbing:

Dr. Shinta Maharani, M.Ak.

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mahanani Retno Pembayun

NIM : 402190145

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG PEMBANTU MAGETAN 2**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya.

Ponorogo, 15 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



Mahanani Retno Pembayun

NIM 402190145



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Mahanani Retno Pembayun	402190145	Perbankan Syariah	Pengaruh Produk Bank Syariah Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 15 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



M. S. Ak.
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,

Pembimbing

Dr. Shinta Maharani, M.Ak.
NIP. 197905252003122002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Produk Bank Syariah Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2

Nama : Mahanani Retno Pembayun

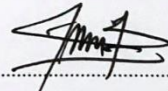
NIM : 402190145

Jurusan : Perbankan Syariah

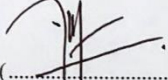
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

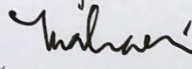
Ketua Sidang
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag.,M.E.I.
NIP 197801122006041002

()

Penguji I
Moh. Faizin, M.SE.
NIP 198406292018011001

()

Penguji II
Dr. Shinta Maharani, M.Ak.
NIP 197905252003122002

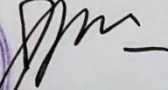
()

Ponorogo, Senin 01 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



()
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. Lutfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Terakreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor : 2619/SK/BAN-PT/AK-SURV/PT/XI/2019
Alamat : Jl. Puspita Jaya, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 63492
Email: febi@iainponorogo.ac.id Website: [http// https //febi.iainponorogo.ac.id](http://https://febi.iainponorogo.ac.id)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahanani Retno Pembayun

NIM : 402190145

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi/ Tesis : Pengaruh Produk Bank Syariah Dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor
Cabang Pembantu Magetan 2

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 10 Mei 2023

Hormat Saya,

Mahanani Retno Pembayun
NIM 402190145

ABSTRAK

Pembayun, Mahanani Retno. Pengaruh Produk Bank Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi*. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Shinta Maharani, M.Ak.

Kata Kunci: Produk Bank Syariah, Pelayanan, Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI KCP Magetan 2 dapat disimpulkan bahwa memang masih banyak nasabah yang kurang mengerti dengan macam-macam jenis produk bank syariah dan juga tingkat pelayanan yang masih rendah sehingga dari beberapa hal tersebut dapat menyebabkan nasabah menjadi kurang puas.

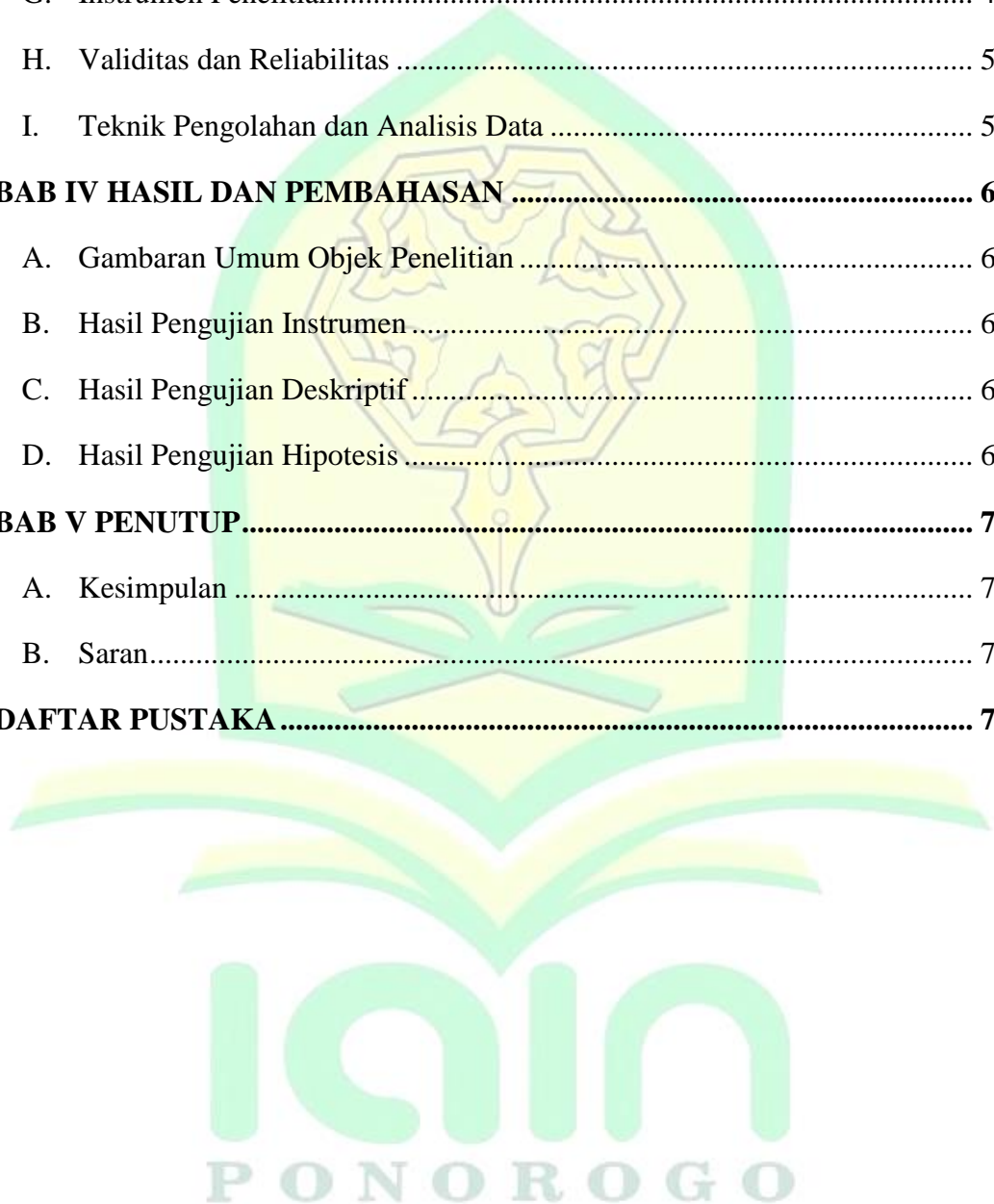
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Produk bank syariah (X_1), pelayanan (X_2) sebagai variabel dependen, dan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel independen. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Dari analisis data ditemukan: 1) variabel produk bank syariah mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan 2. Hal ini menunjukkan bahwa produk bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan 2. 2) pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan 2. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan 2. 3) variabel produk bank syariah dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Deskripsi Teori.....	8
B. Kajian Pustaka.....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian	43
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
C. Lokasi Penelitian.....	46

D. Populasi dan Sampel	46
E. Jenis dan Sumber Data	47
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Instrumen Penelitian.....	49
H. Validitas dan Reliabilitas	54
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Hasil Pengujian Instrumen	63
C. Hasil Pengujian Deskriptif	66
D. Hasil Pengujian Hipotesis	68
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT BSI KCP Magetan 2.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional	44
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	54
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Produk Bank Syariah.....	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas Variabel Produk Bank Syariah.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji t	72
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang seluruh kegiatannya mengacu pada prinsip syariah, dan dalam kegiatannya bank tidak membebankan bunga ataupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima bank syariah ataupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari aad dan perjanjian anatar nasabah dan pihak bank. Perjanjian yang terdapat di perbankan syariah haruslah sesuai pada syarat dan rukun akad sebagaimana yang telah terdapat dalam syariah Islam.

Bank syariah di Indonesia lahir pada tahun 1992. Bank syariah yang pertama berdiri di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia. Kemudian pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Dahulu bank ini merupakan bank konvensional yang kemudian dibeli oleh Bank Dagang Negara dan selanjutnya dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank kedua di Indonesia.¹ Selanjutnya pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, antara lain 3 bank umum syariah, 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.²

Untuk menjadi pilar baru kekuatan ekonomi nasional dan mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global. Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menyatakan rencana penggabungan atau *marger* bank syariah BUMN. Tiga bank syariah BUMN yang akan digabungkan yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. *Marger* atau penggabungan bank diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 1999, Undang-Undang Perseroan Nomor 40 tahun 2007 dan Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008.

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 31.

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 25.

Penggabungan ketiga bank tersebut melahirkan Bank Syariah Indonesia yang pembentukannya disahkan pada tanggal 27 Januari 2021.

Trend dan perkembangan perbankan syariah perlu mendapat perhatian khusus dalam perkembangannya sebagai alternatif perbankan syariah. Sehingga pengukuran tingkat kepuasan nasabah pada perbankan syariah dianggap perlu diteliti, karena karakteristik perbankan syariah yang berbeda dengan perbankan konvensional. Karakteristik perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan berbagai aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dalam transaksi keuangan.³

Sebagai lembaga yang melayani jasa dan lalu lintas pembayaran maka kualitas layanan dan produk sangat diperhatikan agar nasabah mendapatkan kepuasan baik itu produk, fasilitas, pelayanan yang ada di bank syariah. Sebagian besar produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah, keandalan sistem pelayanan yang sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh kepercayaan nasabah untuk keberhasilan suatu bisnis bank.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan dalam sektor perbankan, menimbulkan pertanyaan tentang cara-cara bagaimana nasabah bisa diberikan kepuasan secara sempurna. Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat

³ Rutmaira Sijintak, "Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Pekanbaru," *Skripsi*, (Pekanbaru: Universitas Riau, 2015), 2.

mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah.⁴

Di Bank BSI KCP Magetan 2 kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas pelayanan dan produk, menjadi utama bagi perbankan. Produk yang ditawarkan oleh Bank BSI KCP Magetan 2 dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu: Produk penyaluran dana (*financing*), Produk penghimpunan dana (*funding*), dan Produk jasa (*service*).

Produk perbankan yang sesuai dengan sistem syariah lebih cenderung menjadi alasan bagi masyarakat untuk menabung di Perbankan Syariah, karena lebih meningkatkan kegiatan sosialisasi bahwa bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal. Tapi pada kenyataannya nasabah masih dibingungkan dengan macam macam produk perbankan syariah dengan nama nama yang mungkin kurang familiar ditelinga para nasabah sehingga membuat nasabah sedikit kebingungan dalam memilih produk yang akan digunakan. Seperti wawancara kepada seorang nasabah bernama Ibu Ida berusia 45 tahun beliau mengatakan bahwa “saya tidak paham benar apa saja produk yang dimiliki bank syariah. Saya datang hanya untuk membuka rekening dan menabung”.⁵ Karakteristik sistem Perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) dan tidak menerapkan sistem bunga (*riba*) dikarenakan bunga dalam syariah hukumnya haram. Sistem syariah memberikan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulasi dalam bertransaksi keuangan.⁶

⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 107.

⁵ Ida, *Wawancara*, 03 November 2022.

⁶ Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analiss Fiqh dan Keuangan edisi kelima* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 97.

Selain itu pelayanan juga merupakan faktor yang sangat penting bagi kepuasan nasabah. Argumen yang diberikan adalah bahwa pelayanan yang dilakukan perusahaan melebihi ekspektasi atau harapan seorang konsumen. Hal inilah yang melahirkan kepuasan. Konsumen mempersepsikan bahwa jika harapannya terpenuhi atau bahkan dilebihi, maka konsumen akan mengatakan bahwa pelayanan perusahaan tersebut berkualitas. Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman menggunakan produk ini. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga yang lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas pada umumnya meningkatkan profitabilitas.⁷

Layanan yang baik dalam sebuah bank akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri. Kualitas pelayanan adalah bentuk fisik, kehandalan dalam memberikan informasi, ketanggapan dalam melayani nasabah dalam bertransaksi, keamanan dalam pelayanan, maupun interaksi yang baik dari pegawai terhadap nasabah. Namun faktanya, dari hasil wawancara dengan beberapa nasabah yang memiliki produk tabungan di Bank BSI KCP Magetan 2, seperti nasabah yang bernama Lutfiana mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank masih rendah, ruang tunggu yang sempit sehingga mengganggu kenyamanan dalam pelayanan sehingga ia merasakan tidak adanya kepuasan yang dirasakan.⁸

⁷ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), 229.

⁸ Lutfiana, *Wawancara*, 03 November 2022

Dilatarbelakangi dari seluruh penjelasan diatas. Disini penulis tertarik untuk melakukan penelitian di BSI KCP Magetan 2 guna membahas lebih dalam permasalahan tersebut dengan mengambil judul “Pengaruh Produk Bank Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada BSI KCP Magetan 2.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal – hal yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh produk bank syariah terhadap kepuasan nasabah bank BSI KCP Magetan 2?
2. Adakah pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BSI KCP Magetan 2?
3. Adakah pengaruh produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BSI KCP Magetan 2 secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis secara signifikan pengaruh produk bank syariah terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Magetan 2.
- b. Untuk menguji dan menganalisis secara signifikan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Magetan 2.
- c. Untuk menguji dan menganalisis secara simultan pengaruh produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Magetan 2.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi dunia perbankan khususnya dunia perbankan syariah untuk mengetahui sejauh mana dari produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti dan membandingkan teori dengan praktik yang ada mengenai analisis pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Magetan 2 dan sebagai aktualisasi penerapan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

2) Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan kepada bank syariah untuk menjadi bahan pertimbangan terkait kebijakan yang diambil untuk pengembangan strategi bank syariah di masa mendatang.

3) Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya, sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian di bidang yang sama dan pengetahuan-pengetahuan terkait pemasaran perbankan syariah.

A. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian untuk memberikan kemudahan dalam gambaran yang lebih jelas mengenai isi skripsi ini dengan susunan yang lebih sistematis dan komprehensif antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Yang merupakan latar belakang penelitian yang memuat alasan-alasan pemunculan masalah yang diteliti, rumusan masalah merupakan penegasan terhadap apa yang akan diteliti sesuai dengan apa yang ada dalam latar belakang masalah, tujuan apa yang akan dicapai, manfaat yang bisa diharapkan, dan sistematika penulisan sebagai upaya untuk mensistematisasikan penyusunan.

BAB II LANDASAN TEORI

Yang merupakan landasan teori tentang produk bank syariah, pelayanan dan kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Yang merupakan rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Yang merupakan hasil pengukuran pengaruh produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Pengukuran tersebut menggunakan metode regresi linier berganda.

BAB V PENUTUP

Yang merupakan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan permasalahan dan saran-saran sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.¹ Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, hal inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*) yang apabila terjadi maka konsumen akan puas. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, hal inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk yang berfungsi buruk dan tidak sesuai harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan sehingga konsumen tidak merasa puas. Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk atau jasa seharusnya berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang akan dirasakan konsumen. Fungsi produk atau jasa yang sesungguhnya (*actual performance*) adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau jasa.²

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan terdapat konsensus bahwa harapan nasabah memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan.

¹ Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani, "Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 149.

² Hans Baihaqi, Yuki Hana, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2011), 143-144.

Harapan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mereka untuk berhubungan atau menggunakan produk sebuah bank yang dijadikan acuan dalam menilai kualitas produk tersebut. Dua hal yang diharapkan oleh nasabah adalah rasa senang dan puas, serta pemecahan atas masalah yang dihadapinya, dengan demikian kepuasan nasabah tergantung kepada seberapa banyak nasabah tersebut diberikan kedua hal tersebut.³

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen. Keputusan pembelian didasarkan pada penilaian yang dibentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasar. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan produk. Ada lima tahap pascapembelian produk yang akan dilalui konsumen, yaitu:⁴

- a) Konsumsi produk
- b) Perasaan puas atau tidak puas
- c) Perilaku keluhan konsumen
- d) Disposisi barang
- e) Pembentukan kesetiaan merek

Sebagaimana dikutip oleh Etta Mamang Sangadi (2013) yaitu pernyataan dari Mark R. Colgate dan Peter J. Danaher diketahui bahwa produk dan layanan berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.⁵

³ LSPP-IBI, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, 80-81.

⁴ Ibid., 87

⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 181.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen. Keputusan pembelian didasarkan pada penilaian yang dibentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasar. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan produk. Ada lima tahap pascapembelian produk yang akan dilalui konsumen, yaitu:

- a) Konsumsi produk
- b) Perasaan puas atau tidak puas
- c) Perilaku keluhan konsumen
- d) Disposisi barang
- e) Pembentukan kesetiaan merk

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai cara. Dapat diukur langsung dengan bertanya dengan pelaporan kepuasan langsung. Responden dapat ditanyai bagaimana harapan mereka akan suatu hal dan bagaimana pengalaman mereka. Metode lain meminta responden menuliskan masalah mereka dengan penawaran tertentu dan perbaikan yang mereka sarankan. Dapat juga diukur kemungkinan atau kemauan pelanggan merekomendasikan perusahaan dan merek kepada orang lain. Komentar dari mulut ke mulut lebih baik dalam menunjukkan perusahaan memuaskan pelanggan.⁶

Menurut Kotler, ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 91.

- a) Sistem keluhan dan saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.
- b) *Ghost shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.
- c) *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.
- d) Survei kepuasan pelanggan, sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung⁷
- e) Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.

Pengukuran kepuasan pelanggan

- a) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*), mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.
- b) Dimensi kepuasan pelanggan, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama, dan meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-

⁷ Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction*, 314-316.

dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

- c) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut.
- d) Niat beli ulang (*repurchase intention*), kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan cara menanyakan apakah pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
- e) Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang paling penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
- f) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*), beberapa aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan yaitu, komplain, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali produk dari pasar, gethok tular negatif, dan konsumen yang beralih ke pesaing.⁸

2. Produk Bank Syariah

Menurut Kotler, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi produk bisa mencaup aspek fisik (*tangible*, seperti bentuk, warna, fitur, dan sebagainya). Maupun non fisik (*intangible*, seperti citra, reputasi, dan lainnya).⁹

Produk dalam bank syariah terdapat 3 yaitu, produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*) dan produk jasa (*service*).

⁸ Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, 368-369.

⁹ Gregorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 293.

a. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

Penghimpunan dana dapat diartikan sebagai kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap dana yang diperoleh dari nasabah.

Penghimpunan dana di bank syariah dan bank konvensional tentu berbeda. Jika diperbankan konvensional hanya dikenal tiga jenis yaitu Giro, Tabungan dan Deposito. Maka di perbankan syariah produk penghimpunan dana terbagi menjadi dua yaitu produk simpanan dan produk investasi. Perbedaan keduanya terletak pada motif dasar nasabah.¹⁰

Produk dana simpanan dibuat untuk nasabah dengan motif sebagai simpanan saja, tanpa ingin memiliki niat untuk memperoleh *return* (hasil investasi) tertentu. Sedangkan produk dana investasi ditujukan bagi nasabah. untuk melakukan kegiatan dengan mengharapkan *return* tertentu.¹¹

Selanjutnya penjelasan mengenai jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

a) Giro Syariah

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya atau dengan pemindah bukuan.¹² Giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.¹³

(a) Giro *wadi'ah*

¹⁰ Sunan Zulkifli, Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah, (Jakarta: Zikrul Hikam, 2003), 93

¹¹ Ibid., 93.

¹² Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*.

¹³ Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Giro*.

Giro wadiah adalah akad titipan dana dari nasabah kepada bank syariah, dimana bank syariah dapat mengelola dana tersebut tanpa harus memberikan imbalan kepada nasabah jika mendapat keuntungan. Giro syariah dengan akad *wadi'ah* adalah sebagai berikut:

- 1) Bersifat titipan
- 2) Tidak bisa diambil kapan saja
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.¹⁴

(b) Giro *Mudharabah*

Adalah akad kerja sama antara nasabah sebagai penyimpan dana (*shahibul maal*) sedangkan bank syariah sebagai pihak yang mengelola dana (*mudharib*). Ketentuan giro syariah menggunakan akad *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
- 2) Dana kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

¹⁴ karim, *Bank Islam*, 352

- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan tanpa persetujuan yang bersangkutan.¹⁵

b) Tabungan Syariah

Tabungan syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip *Wadiah* dan *Mudharabah*.

(a) Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah *yad adh-dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan dengan cara mengembalikannya kapan saja ketika pemiliknya menghendaki. Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan titipan tersebut.¹⁶

(b) Tabungan *Mudharabah*

¹⁵ Ibid., 354.

¹⁶ Ibid., 358.

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang sifatnya mengikat dengan adanya akad kerjasama antara bank dan nasabah, *mudharabah* adalah perjanjian kerjasama antara pemilik dana (nasabah) dan pengelola dana (bank) atas suatu usaha dengan sistem bagi hasil. Pada tabungan *mudharabah*, nasabah penabung berperan sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan bank syariah sebagai *mudharib* (pengelola dana). Bank syariah sebagai pengelola dana nasabah wajib memberikan hasil keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati kepada nasabah penabung. Berbeda tabungan *wadi'ah* yang tidak mewajibkan untuk memberikan keuntungan.¹⁷

c) Deposito Syariah

Deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*. Deposito merupakan dana nasabah yang ada pada bank yang penarikannya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo atau jangka waktu yang ditentukan. Misalnya 3 bulan, 6 bulan, dan seterusnya. Pada produk deposito ini bank menggunakan prinsip bagi hasil.¹⁸

b. Produk Penyaluran Dana (*financing*)

Pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

¹⁷ Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya*, (Semarang: PT PUSTAKA RIZKI PUTRA, 2012), 137.

¹⁸ Abdul Ghafur Anshari, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), 94.

Menurut undang – undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
- 2) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*.
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.,
- 5) Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.¹⁹

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang difasilitasi dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan atau bagi hasil.

Salah satu fungsi dari perbankan adalah untuk menyalurkan dana yang telah dihimpun melalui pembiayaan kepada nasabah. Secara garis besar produk pembiayaannya yaitu:²⁰

(a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

(1) Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah adalah transaksi jual-beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2012), 42

²⁰ *Ibid.*, 43.

dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* dilakukan dengan cara pembayaran cicilan. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara angsuran.

(2) Pembiayaan *Salam*

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada atau pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Dalam praktek perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan.

(3) Pembiayaan *Istishna*

Istishna merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. menurut jumhur fuqaha, *istishna* merupakan suatu jenis khusus dari akad *salam*. Produk *istishna* menyerupai produk *salam*, namun dalam *istishna* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran.²¹

(b) Pembiayaan dengan prinsip sewa

(1) Pembiayaan *Ijarah*

²¹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 101

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu asset dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan asset itu sendiri.

(2) Pembiayaan *Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik (IMBT)*

Ijarah muntahia bit tamlik adalah perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa, biasa dikenal dengan sebutan sewa beli. *Ijarah* merupakan suatu gabungan dari kegiatan *leasing* atas barang-barang bergerak (*moveable*) dan barang-barang tidak bergerak (*immovable*) dengan memberikan kepada penyewa (*lessee*) suatu pilihan atau opsi (*option*) untuk pada akhirnya membeli barang yang disewa.²²

(c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

(1) Pembiayaan *Murabahah*

Mudharabah selain dipakai sebagai prinsip dalam titipan atau simpanan dana, *mudharabah* juga dipakai dalam perjanjian antara pemilik dana (investor) dan pelaksana usaha (pengusaha) dengan bank sebagai perantaranya. Dalam perjanjian ini, investor dan pengusaha dapat melakukan perjanjian ketentuan jenis kegiatan usaha, pelaksanaan dan bagi hasil, sedangkan bank sebagai pihak yang telah mempertemukan dan memfasilitasi perjanjian mendapat komisi.

(2) Pembiayaan *Musarakah*

Musarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan

²² Adiwarmarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2004), 48

kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²³

c. Produk Jasa (*Service*)

Bank syariah selain menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, dan juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan. Bentuk produknya antara lain yaitu:

1) *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilaukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini. Prinsip ini dipratikkan pada bank syariah devisa yang memiliki ijin untuk melakukan jual beli valuta asing.

2) *Wakalah*

Nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.

3) *Kafalah*

Jaminan yang diberikan oleh bank syariah (penanggung) kepada piha ketiga untuk memenuhi kewajiban nasabah (piha kedua atau yang ditanggung). Contohnya adalah garansi bank.

4) *Hawalah*

Pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak *hawalah* dalam perbankan biasanya diterapkan pada *factoring* (anjak piutang), *post-dated check*, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.

5) *Rahn*

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2012), 50

Yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.²⁴

3. Pelayanan

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.²⁵

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang dibutuhkan orang lain. Sedangkan menurut istilah, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung.²⁶

Menurut Kotler Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.²⁷

Atep Adya Brata menyatakan bahwa pelayanan (service) adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:

S (*self awareness*) : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat.

²⁴ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPPE Usakti, 2009), 355

²⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jaarta: Pusat Bahasa, 2008), 206

²⁶ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), 7

²⁷ Kotler, P, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta : Salemba empat, 2002), 83

E (<i>euthusiasm</i>)	: Melaksanakan pelayanan penuh gairah
R (<i>reform</i>)	: Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu
V (<i>value</i>)	: Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah
I (<i>impressive</i>)	: Menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan
C (<i>care</i>)	: Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (nasabah) secara optimal
E (<i>evaluation</i>)	: Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan. ²⁸

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.²⁹ Tidak dapat dihindari hampir disemua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya, dan ini terbagi atas 4 (empat) macam, yaitu ³⁰:

- 1) Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk,

²⁸ Atep Adya Brata. Dasar-dasar Pelayanan Prima. (Jakarta : Elex Media Komputindo. 2003) hlm.18

²⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta, PT.Raja Grafindo, 2005), h.15

³⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1*, (Jakarta, Erlangga, 2001),h.83

meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.

- 2) Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.
- 3) Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.
- 4) Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat, artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

Menurut Pasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu :³¹

- 1) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.
- 2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

³¹ Ahmad Suminto dan Shinta Maharani, "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo, " El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business, Volume 3, Nomor 1, (2020), 56.

- 3) Ketanggapan (*responsiviness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- 4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- 5) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual ataupun pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.³²

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan judul	Hasil pengujian	Perbedaan	Persamaan
1.	Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur). Skripsi. Kota Metro: Institut Agama Islam Negeri	adanya kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk dan pelayanan bank syariah di kota Metro. Kepuasan masyarakat Metro Timur terhadap produk bank syariah hanya sebatas kemurahan saja,	Perbedaan penelitian Ida Fitriani dengan penelitian ini adalah penelitian Ida Fitriani tidak meneliti tentang	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu sama sama membahas tentang

³² Ibid., 190

	<p>Metro/2019/ Fitriani.³³</p> <p>Ida</p>	<p>sedangkan ketidakpuasan nasabah terhadap produk bank syariah di Kota Metro adalah tidak adanya kelebihan produk yang lain, seperti kemudahan, dan produk yang dapat menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang. Sedangkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah di Kota Metro yaitu pada dimensi berwujud seperti senyum, sapa, salam dan berpenampilan.³⁴ Sedangkan ketidakpuasan masyarakat Metro Timur pada dimensi pelayanan cepat dan efisien</p>	<p>Peristilahan Produk Bank Syariah.</p>	<p>layanan bank syariah dan kepuasan nasabah.</p>
--	--	---	--	---

³³ Ida Fitriani, "Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur)", *Skripsi* (Kota Metro).

³⁴ *Ibid.*, 4.

		karyawan dalam melayani nasabah.		
2.	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Skripsi. Ponorogo: Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo/2019/ Suryani. ³⁵	berdasarkan uji t kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah KCP Ponorogo dan berdasarkan uji t atribut produk perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI syariah KCP Ponorogo serta berdasarkan uji F kualitas layanan dan atribut produk perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank	Perbedaan penelitian Suryani dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel kualitas layanan dan atribut produk perbankan syariah sedangkan penelitian ini menggunakan variabel peristilahan produk bank syariah	Persamaan penelitian Suryani dengan penelitian ini adalah dengan membahas variabel Kepuasan Nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.

³⁵ Suryani, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo", *Skripsi* (Ponorogo).

		BRI syariah KCP Ponorogo. ³⁶	dan pelayanan	
3.	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada Pt. Bprs Safir Kota Bengkulu. Skripsi. Bengkulu: Institu Agama Islam Negeri Bengkulu/2019/ Ihwan Arifin. ³⁷	penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi'ah pasar dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Hasil uji t atau parsial pengaruhnya berbeda, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,072 > \alpha (0,05)$, kualitas	Perbedaan pada penelitian Ihwan Arifin dengan penulis, penulis memaparkan dua variabel X yaitu kualitas produk bank syariah dan kualitas pelayanan.	Persamaan penelitian Ihwan Arifin dengan penelitian ini terletak pada variabel Kepuasan Nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.

³⁶ Ibid., 5.

³⁷ Ihwan Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada Pt. Bprs Safir Kota Bengkulu", *Skripsi* (Bengkulu).

			<p>pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha$ (0,05) sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,958 > \alpha$ (0,05).³⁸</p>		
4.	<p>Analisis Kualitas Pelayanan Berbasis Prinsip Syariah Pada Pt. Bprs Puduarta Insani Tembung. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara/2019/Yuhanna.³⁹</p>	<p>kualitas pelayanan dari PT. BPRS Puduarta Insani sudah memuaskan bagi nasabah, dilihat dari hasil wawancara dan pernyataan nasabahnya.</p>	<p>Perbedaan penelitian Yuhanna dengan penelitian ini terletak pada variabel peristilahan produk bank syariah dan kepuasan</p>	<p>Persamaan penelitian Yuhanna dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan berbasis islami.</p>	

³⁸ Ibid., 6

³⁹ Yuhanna, "Analisis Kualitas Pelayanan Berbasis Prinsip Syariah Pada Pt. Bprs Puduarta Insani Tembung", *Skripsi* (Medan).

			nasabah dan menggunakan penelitian kualitatif.	
5.	Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan (Studi Kasus Kec. Peukan Bada Aceh Besar). Skripsi. Banda Aceh: UIN AR-RANIRY/2019/Zaira Khairina. ⁴⁰	Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan Syariah Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar yaitu masyarakat hanya mengetahui bank syariah saja sedangkan mayoritas dari masyarakat Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar belum mengetahui tentang produk perbankan syariah.	Perbedaan penelitian Zaira Khairina dengan penelitian ini terletak pada variabel pemahaman masyarakat sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel produk bank	Persamaan penelitian Zaira Khairina dengan penelitian ini terletak pada penggunaan penelitian kuantitatif.

⁴⁰ Zaira Khairina, "Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan (Studi Kasus Kec. Peukan Bada Aceh Besar)", *Skripsi* (Banda Aceh).

			syariah, variabel pelayanan berbasis islami dan kepuasan nasabah.	
6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Syari'ah KC Semarang. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang/2019/ Kholifatun Nisa. ⁴¹	Kualitas Pelayanan Islami dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah BRI Syari'ah KC Semarang sebab nilai koefisiensi statistik uji F sebesar 74,867 lebih besar dari nilai pembanding F tabel sebesar 3.09. Analisis koefisien determinan (R ²) dilihat dari R Square sebesar 0,607 atau 60,7%. Angka tersebut mempunyai	Perbedaan penelitian Kholifatun Nisa dengan penelitian ini terletak pada variabel kepercayaan nasabah dan variabel loyalitas nasabah. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan	Persamaan penelitian Kholifatun Nisa dengan penelitian ini terletak pada variabel peristilahan produk dan menggunakan penelitian kuantitatif.

⁴¹ Kholifatun Nisa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bri Syari'ah Kc Semarang", *Skripsi* (Semarang).

		maksud bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah secara simultan adalah 60,7% sedangkan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. ⁴²	variabel peristilahan produk dan kepuasan nasabah.	
7.	Pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah. Skripsi. Banda Aceh: UIN AR-RANIRY/2019/Mila Sufiati. ⁴³	secara parsial, kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X ₁) dan kualitas produk (X ₂) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikan kualitas pelayanan (X ₁) 0,013 < 0,05 dan kualitas produk (X ₂) 0,031 < 0,05. Untuk pengujian	Perbedaan penelitian Mila Sufiati dengan penelitian ini adalah jika penelitian Mila menganalisis variabel kualitas	Persamaan penelitian Mila Sufiati dengan penelitian ini terdapat pada variabel kepuasan nasabah dan mengguna

⁴² Ibid., 6

⁴³ Mila Sufiati, "Pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah", *Skripsi* (Banda Aceh).

		secara simultan atau bersamaan, kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$. ⁴⁴	pelayanan dan variabel kualitas produk di penelitian ini menganalisis variabel peristilahan produk dan variabel pelayanan berbasis islami.	kan penelitian kuantitatif.
8.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi pada Jamaah Tombo Ati Muslim Tour & Travel Malang 3 Tahun Terakhir). Skripsi. Malang: UIN Maulana Malik	Kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen Tombo Ati Muslim Tour & Travel Malang dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen serta	Perbedaan penelitian Adi Pasha Ferlan Pribadi dengan penelitian ini terletak pada variabel peristilahan produk	Persamaan penelitian Adi Pasha Ferlan Pribadi dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan berbasis

⁴⁴ Ibid., 7.

	Ibrahim/2020/Adi Pasha Ferlan Pribadi. ⁴⁵	kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen Tombo Ati Muslim Tour & Travel Malang.	bank syariah dan studi pada Bank Syariah.	islami dan kepuasan konsumen serta menggunakan penelitian kuantitatif.
9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Lumajang. Skripsi. Universitas Lumajang: Jember/2020/Retno Devita Sari. ⁴⁶	Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel <i>compliance</i> dengan koefisien 0,381, lalu <i>empathy</i> dengan koefisien regresi 0,331 dan <i>responsiveness</i> dengan koefisien regresi 0,254 sedangkan variabel	Perbedaan penelitian Retno Devita Sari dengan penelitian ini terletak pada variabel peristilahan produk.	Persamaan penelitian Retno Devita Sari dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan berbasis islami dan variabel kepuasan konsumen dengan menggunakan

⁴⁵ Adi Pasha Ferlan Pribadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi pada Jamaah Tombo Ati Muslim Tour & Travel Malang 3 Tahun Terakhir)”, *Skripsi* (Malang).

⁴⁶ Retno Devita Sari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Lumajang”, *Skripsi* (Jember).

		yang berpengaruh paling rendah adalah <i>reliability</i> dengan koefisien regresi 0,182. Variabel <i>tangible</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi - 0,005.		penelitian kuantitatif.
10	Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Al-Ittihad Cabang Panam Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau/2020/Letna Sari Hasibuan. ⁴⁷	Pada uji t variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 18,3% sedangkan sisanya 81,7 dipengaruhi oleh variabel lainnya.	Perbedaan penelitian Letna Sari Hasibuan dengan penelitian ini terletak pada variabel pengaruh tingkat pelayanan.	Persamaan penelitian Letna Sari Hasibuan dengan penelitian ini terletak pada variabel kepuasan nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.

⁴⁷ Letna Sari Hasibuan, "Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Al-Ittihad Cabang Panam Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah", *Skripsi* (Pekanbaru).

11	<p>Pengaruh Kepemimpinan dan Etika Kerja Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BTPN Syariah MMS Tanjung Karang Barat). Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan/2020/Odi Bangun Pangestu. ⁴⁸</p>	<p>secara silmutan (uji F) dan parsial (uji T) yakni variabel kepemimpinan dan etika kerja Islam berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan variabel kepemimpinan, etika kerja Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji pengaruh mediasi, kualitas pelayanan tidak mampu memediasi hubungan antara kepemimpinan dan etika kerja Islam terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p>Perbedaan penelitian Odi Bangun Pangestu dengan penelitian ini terletak pada variabel kepemimpinan dan variabel etika kerja islam serta kualitas pelayanan sebagai variabel intervenin g.</p>	<p>Persamaan penelitian Odi Bangun Pangestu dengan penelitian ini terletak pada variabel kepuasan nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.</p>
12	<p>Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan</p>	<p>Variabel Kualitas produk berpengaruh secara signifikan</p>	<p>Perbedaan penelitian Resita</p>	<p>Persamaan penelitian Resita</p>

⁴⁸ Odi Bangun Pangestu, "Pengaruh Kepemimpinan dan Etika Kerja Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BTPN Syariah MMS Tanjung Karang Barat)", *Skripsi* (Lampung).

	nasabah pada bank bni syariah cabang Makassar. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar/2020/Resita Cahyani. ⁴⁹	terhadap variabel kepuasan nasabah dan variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.	Cahyani dengan penelitian ini terletak pada variabel kualitas produk dan variabel pelayanan.	Cahyani dengan penelitian ini terletak pada variabel kepuasan nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.
13	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto Di Era Pandemi. Skripsi. Jember: IAIN Jember/2021/Nurul Fathiatur Rizqi. ⁵⁰	secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi <0,05 yaitu 0,000. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai	Perbedaan penelitian Nurul Fathiatur Rizqi dengan penelitian ini terletak pada variabel kualitas produk dan variabel	Persamaan penelitian Nurul Fathiarur Rizqi dengan penelitian ini terletak pada variabel kepuasan nasabah dan menggunakan

⁴⁹ Resita Cahyani, "Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank bni syariah cabang Makassar", *Skripsi* (Makassar).

⁵⁰ Nurul Fathiatur Rizqi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto Di Era Pandemi", *Skripsi* (Jember).

		signifikansi sebesar >0,05 yaitu 0,567. Dan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000.	kualitas pelayanan.	kan penelitian kuantitatif.
14	Pengaruh kualitas layanan dan fitur produk BSI <i>Mobile</i> terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia/2021/Elsandro Yoga Prananta. ⁵¹	Kualitas layanan dan fitur produk BSI <i>Mobile</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Sleman dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000.	Perbedaan penelitian Elsandro Yoga Pranantha dengan penelitian ini adalah jika penelitian Elsandro tidak menganalisis variabel peristilahan produk	Persamaan penelitian Elsandro Yoga Pranantha dengan penelitian ini terletak pada variabel kepuasan nasabah dan penggunaan pendekatan

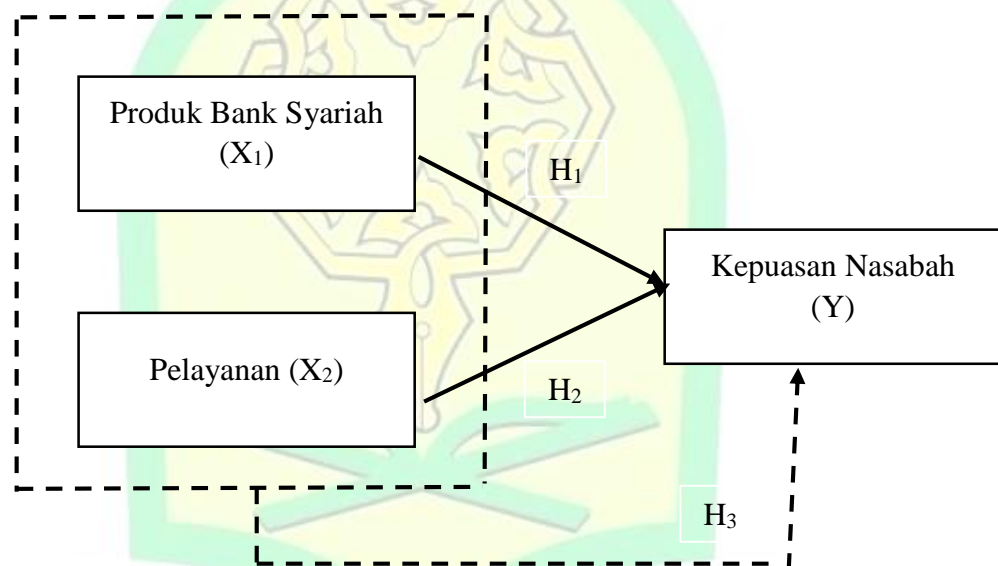
⁵¹ Elsandro Yoga Pranantha, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman", *Skripsi* (Yogyakarta).

			dan variabel pelayanan berbasis Islami.	n kuantitatif.
15	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Masa Pandemi Pada Pt. Bprs Carana Kiat Andalas Kc Padang Panjang. Skripsi. Sumatra Barat: IAIN Batusangkar/2021/Suci Wulandari ⁵²	hasil penelitian uji menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di masa pandemi pada PT BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang dengan nilai sig 0,045 < 0,05. Hal ini didukung dengan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,4% sedangkan sisanya 97,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang	Perbedaan penelitian Suci Wulandari dengan penelitian ini adalah jika penelitian Suci Wulandari mengalisis variabel kualitas pelayanan penelitian ini menganalisis variabel peristilahan produk dan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Suci Wulandari terletak pada variabel Kepuasan nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.

⁵² Suci Wulandari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Masa Pandemi Pada Pt. Bprs Carana Kiat Andalas Kc Padang Panjang", *Skripsi* (Sumatra Barat).

		mempengaruhi kepuasan nasabah bertransaksi. ⁵³	variabel pelayanan berbasis islami.	
--	--	---	-------------------------------------	--

C. Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————> : pengaruh secara parsial

- - - - -> : pengaruh secara simultan

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya. Secara statistika, hipotesis diartikan sebagai pernyataan

⁵³ Ibid., 7.

mengenai keadaan populasi yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh berdasarkan sampel penelitian.⁵⁴

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi produk bisa mencaup aspek fisik (*tangible*, seperti bentuk, warna, fitur, dan sebagainya). Maupun non fisik (*intangible*, seperti citra, reputasi, dan lainnya).⁵⁵

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mila Sufiati 2019 menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis pertama yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_a : Produk bank syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Magetan 2

H_0 : Produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. di Bank BSI KCP Magetan 2

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁵⁶

⁵⁴ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 12.

⁵⁵ Gregorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 293.

⁵⁶ Kotler, P, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta : Salemba empat, 2002), 83

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suryani 2019 menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_a : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Magetan 2

H_0 : Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Magetan 2

3. Pengaruh Produk Bank Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman menggunakan produk ini. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga yang lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas pada umumnya meningkatkan profitabilitas.⁵⁷

Semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut. Dan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah

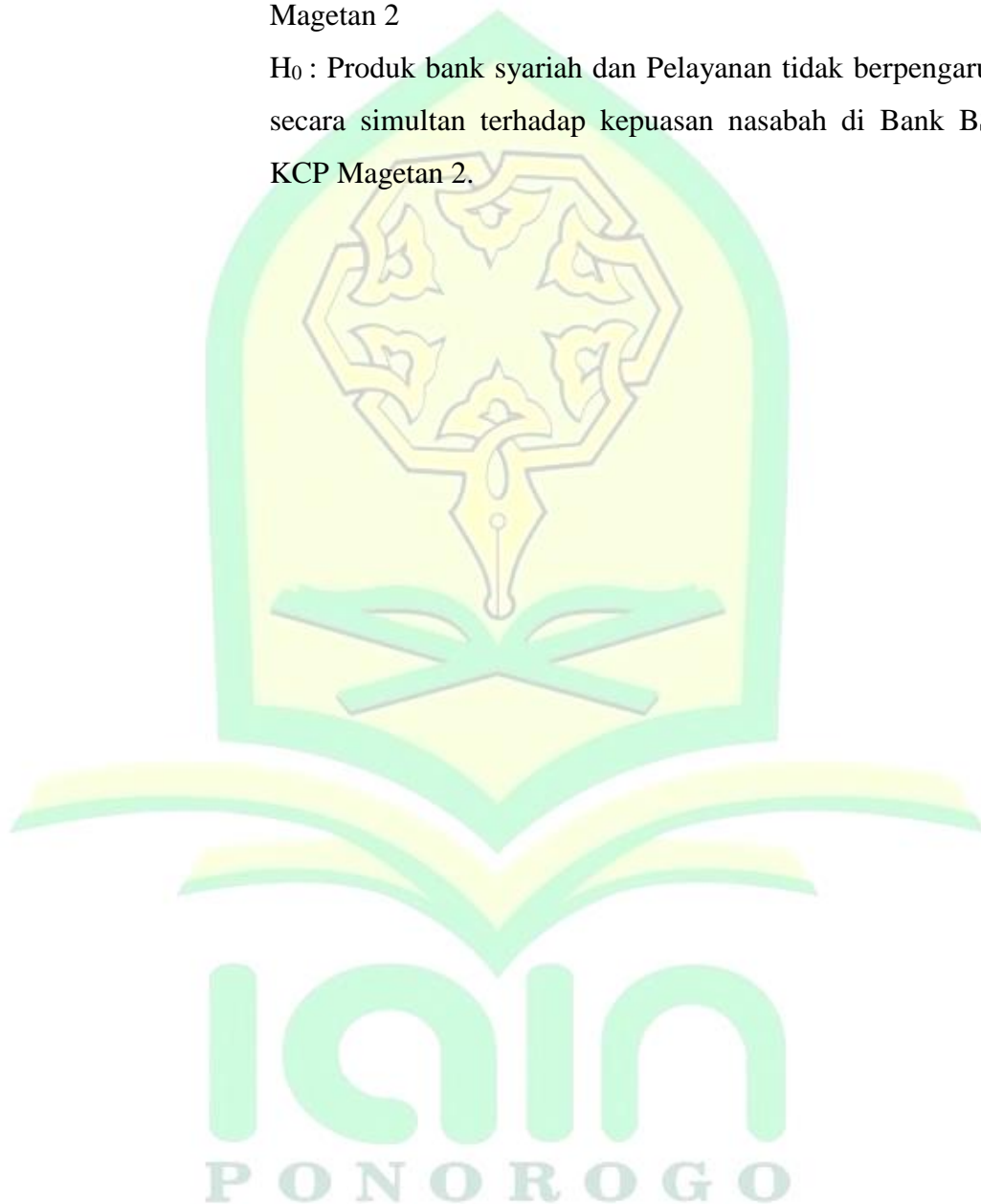
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mila Sufiati 2019 menyatakan bahwa berdasarkan uji simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan

⁵⁷ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), 229.

nasabah. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis ketiga yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_a : Produk bank syariah dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Magetan 2

H_0 : Produk bank syariah dan Pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Magetan 2.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis dengan menggunakan teknik statistik. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori hipotesis yang berkaitan dengan masalah yang diselidiki oleh penelitian.¹

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun (kata, simbol, gambar, dan angka) yang telah dipelajari peneliti untuk mendapatkan informasi yang jelas untuk ditarik kesimpulan.²

Adapun macam – macam variabel dalam penelitian ini antara lain:

a) Variabel Dependen

Variabel dependen atau biasa disebut variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain atau yang kemudian disebut variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y).

b) Variabel Independen

Variabel independen atau biasa disebut variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), 12.

² Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu), 13.

timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu produk bank syariah (X_1) dan pelayanan (X_2).³

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Produk Bank Syariah (X_1)	Menurut Kotler, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi produk bisa mencaup aspek fisik (<i>tangible</i> , seperti bentuk, warna, fitur, dan sebagainya). Maupun non fisik (<i>intangibile</i> , seperti citra, reputasi, dan lainnya). ⁴ Produk dalam bank syariah terdapat 3 yaitu, produk penghimpunan dana (<i>funding</i>), produk penyaluran dana (<i>financing</i>) dan produk jasa (<i>service</i>). ⁵	1. Kualitas 2. Keanekaragaman 3. Keunggulan 4. Merk
2.	Pelayanan (X_2)	Menurut Kotler Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat	1. Berwujud (<i>tangible</i>)

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), 39.

⁴ Gregorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 293.

⁵ Sunan Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hikam, 2003), 93

		ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. ⁶	<ol style="list-style-type: none"> 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>)
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya terpenuhi diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya perhatian terhadap keluarganya perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-bainya antara puas dan hasil. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Niat beli ulang 5. Kesiediaan untuk merekomendasikan 6. Ketidakpuasan pelanggan

⁶ Kotler, P, Manajemen Pemasaran di Indonesia, (Jakarta : Salemba empat, 2002), 83

⁷ Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction*, 314-316.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Beralamat di Jl. MT Haryono Permai RT. 03/RW. 12 Kel. Kopolorejo Kec. Magetan Kab. Magetan. Alasan memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian karena peneliti menemukan permasalahan yang ada di bank tersebut.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan atau keseluruhan unsur atau individu yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Karakteristik disini ditafsirkan sebagai sifat-sifat yang ingin diketahui pada suatu penelitian dan keadaannya senantiasa berubah-ubah. Dalam penelitian istilah karakteristik biasanya juga disebut variabel. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek atau objek penelitian, tetapi juga meliputi karakteristik yang dimiliki subjek atau objek tersebut.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah dari keseluruhan tabungan pada BSI KPC Magetan 2. Jumlah keseluruhan nasabah tabungan yaitu 5.163.

2. Sampel

Sampel adalah kumpulan dari unsur atau individu yang merupakan bagian dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti, biasanya pada penelitian dengan jumlah populasi besar.⁹ Penelitian ini menggunakan jenis *purposive sampling* yang merupakan teknik *nonprobability sampling* yang memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti berpengalaman berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), 126.

⁹ *Ibid.*, 133.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, yaitu:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (*standart error*)

$$n = \frac{5.163}{1+5.163(0,1)^2}$$

$$= 99,03 \text{ orang}$$

Jadi, berdasarkan rumus slovin diatas dapat diketahui jumlah responden dengan taraf kesalahan 10% adalah 99,03 dan dibulatkan menjadi 100 nasabah. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Hal – hal yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti diantaranya :

- a. Responden memiliki tabungan syariah
- b. Responden berumur kurang lebih 20 tahun atau sudah berpendapatan.

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang datanya dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis menggunakan teknik statistik¹⁰. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah

¹⁰ Ibid., 12.

dengan teknik kuesioner. Dengan cara memberikan pertanyaan melalui kuesioner kepada responden untuk diisi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti, kemampuan mengutarakan waktu dan tenaga. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Kuisisioner (angket)

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Metode ini sangat efektif dalam pendekatan survei dan lebih teruji jika pertanyaan-pertanyaannya terarah dengan baik dan efektif. Dengan menyebarkan kuisisioner responden untuk mengukur kuisisioner responden menggunakan skala likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Pertanyaan dari responden dibuat dengan menggunakan skala untuk mewakili pendapat dari responden.

Adapun nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. STS (Sangat Tidak Setuju) : skor 1
- b. TS (Tidak Setuju): skor 2
- c. S (Setuju) : skor 3
- d. SS (Sangat Setuju) : skor 4

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.¹¹

¹¹ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Penelitian Kuantitatif*, 151.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diminati. Secara spesifik fenomena tersebut disebut dengan variabel penelitian. Titik tolak dari penyusunan instrumen penelitian ini adalah variabel-variabel yang ditetapkan untuk diteliti¹². Variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi pertanyaan. Sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator
Produk Bank Syariah (X ₁)	Menurut Kotler, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi produk bisa mencakup aspek fisik (<i>tangible</i> , seperti bentuk, warna, fitur, dan sebagainya). Maupun non fisik (<i>intangible</i> , seperti citra, reputasi, dan lainnya). ¹³	1. Kualitas 2. Keanekaragaman	- Saya menyukai kualitas produk BSI - Saya merasakan manfaat dari produk BSI - Saya mengetahui produk BSI sangat inovatif - Saya mengetahui produk BSI sangat beragam

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), 102.

¹³ Gregorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 293.

	<p>Produk dalam bank syariah terdapat 3 yaitu, produk penghimpunan dana (<i>funding</i>), produk penyaluran dana (<i>financing</i>) dan produk jasa (<i>service</i>).¹⁴</p>	<p>3. Keunggulan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengetahui produk BSI memiliki keunggulan - Saya mengetahui di BSI memiliki produk pembiayaan yang dapat membantu keuangan saya
		<p>4. Merk</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengetahui BSI menyediakan produk <i>salam</i> bagi penjual dan pembeli - Saya mengetahui BSI juga memiliki produk <i>ijarah</i> bagi nasabah yang ingin melaukan sewa menyewa
<p>Pelayanan (X₂)</p>	<p>Menurut Kotler Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada</p>	<p>1. Berwujud (<i>tangible</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa bahwa pegawai BSI selalu berpenampilan menarik

¹⁴ Sunan Zulkifli, Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah, (Jakarta: Zikrul Hikam,2003), 93

	<p>dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁵</p>	<p>2. Keandalan (<i>reliability</i>)</p> <p>3. Ketangguhan (<i>responsiveness</i>)</p> <p>4. Jaminan dan kepastian</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa ruangan BSI sangat nyaman - Saya mengetahui bahwa pegawai BSI cermat dalam melayani nasabah - Saya merasa pelayanan pegawai BSI yang siap menolong - Saya merasa pegawai BSI cepat tanggap dalam mengatasi keluhan dari nasabah - Saya merasa pegawai sigap dalam menanggapi permintaan nasabah - Saya merasa aman saat bertransaksi
--	---	--	---

¹⁵ Kotler, P, Manajemen Pemasaran di Indonesia, (Jakarta : Salemba empat, 2002), 83

		(<i>assurance</i>)	- Saya merasakan pelayanan tepat waktu
		5. Empati (<i>emphaty</i>)	- Saya mengetahui bahwa pegawai BSI siap mendengarkan ketika nasabah meminta pelayanan - Saya merasa pegawai BSI sigap mendahulukan kepentingan nasabah
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya terpenuhi diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah. ¹⁶ Dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya sehingga kesinambungan yang	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan	- Saya merasa nyaman setiap bertransaksi - Saya merasa mendapat pelayanan yang baik - Saya mendapatkan kemudahan akses informasi lebih baik dari bank lain

¹⁶ Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction*, 314.

	<p>sebaik-baiknya antara puas dan hasil.¹⁷</p>	<p>3. Konfirmasi harapan</p> <p>4. Niat beli ulang</p> <p>5. Kesiediaan untuk merekomendasikan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mendapatkan penjelasan yang baik dan jelas - Saya merasa pegawai BSI memberikan rasa aman dan nyaman dalam melayani nasabah - Saya merasa pegawai BSI memberikan perhatian secara personal dalam menanggapi keluhan nasabah - Saya sudah lama menggunakan produk BSI - Saya berniat menggunakan produk BSI lainnya - Saya mau menceritakan kepada teman dan saudara bahwa
--	---	--	---

¹⁷ Ibid., 316.

			<p>produk BSI sangat aman</p> <p>- Saya merekomendasikan keunggulan produk dan kualitas pelayanan di BSI</p>
--	--	--	--

H. Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini adalah uji instrumen:

1. Uji Validitas

Pengujian ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melaukan fungsinya. Alat ukur yang valid berarti alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Tinggi rendahnya validitas ditentukan oleh satu angka yang disebut dengan koefisien validitas¹⁸.

Validitas dilakukan dengan cara membandingkan r-hitung dnegan r-tabel dengan ketentuan:

- 1) Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka data valid
- 2) Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka data tida valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dilakukan reliable atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik Cronbach alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika memberikan nilai Cronbach alpha diatas 0,6 sedangkan jika nilai

¹⁸ Yaya Jakaria, *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*, (Bandung: Alfabeta,2015), 104.

Cronbach alpha $< 0,6$ maka dikatakan tidak reliabel atau handal.¹⁹ Pengujian alpha akan dilakukan pada tiap bagian variabel independen dan variabel dependen.

Untuk menguji reliabilitas instrumen, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dengan *Microsoft Excel 2010*. Kriteria dari reliabilitas instrumen penelitian yaitu apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel dan sebaliknya, apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan program komputer (*software*) IBM SPSS statistics versi 22:

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi linier berganda perlu dipastikan bahwa asumsi - asumsi pada data terpenuhi. Hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji kenormalan distribusi data. Dengan demikian uji normalitas ini mengasumsikan bahwa data di tiap variabel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa uji statistika yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data yaitu uji kolmogorov smirnov satu arah. Untuk menguji kenormalan data dikatakan data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,05$ dan sebaliknya jika nilai signifikannya $< 0,05$ berarti data tidak berdistribusi normal.

Hipotesis yang dikemukakan:

H_0 : data berdistribusi normal

H_1 : data tidak berdistribusi normal

¹⁹ Ibid., 104.

2) Uji Linieritas

Untuk mengetahui hubungan yang linier dari dua variabel peneliti menggunakan uji linieritas. Uji Linieritas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sudah diteliti apakah hubungan yang linier dan signifikan.²⁰ Uji linieritas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Pengujian linieritas dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat *Test for Linearity*. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ($=0,05$) sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel memiliki hubungan yang linier
- b) Jika nilai sig $> 0,05$ maka variabel memiliki hubungan yang tidak linier.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji statistik untuk mengetahui korelasi antar variabel independen. Dimana dua atau lebih variabel independen memiliki korelasi yang kuat dengan variabel independen lainnya. Model regresi berganda yang baik harusnya tidak menimbulkan masalah multikolinieritas.

Dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel coefficient sebagai berikut:

- a) Jika nilai standar error untuk x kurang dari 1 (tidak terjadi multikolinieritas).

²⁰ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka baru press,2015), 225.

- b) Jika coefficient beta untuk x kurang dari 1 (tidak terjadi multikolinieritas).
 - c) Jika nilai VIF kurang dari 10 (tidak terjadi multikolinieritas).
- 4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah situasi yang bertentangan dengan homoskedastisitas. Ketika variansi dari nilai residual berbeda pada setiap nilai X atau tidak memiliki varians yang konstan maka kondisi tersebut disebut dengan heteroskedastisitas.²¹

- 5) Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menggunakan lebih dari satu variabel independen guna menduga variabel independen. Penggunaan metode analisis ini untuk menganalisis pengaruh produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hubungan antara satu variabel terikat (dependen) dengan 2 variabel bebas (independen) dapat dikatakan linier jika dapat dinyatakan dalam:

$$Y = \alpha + \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y : kepuasan nasabah
- A : konstanta
- β_0 : *intercept* (titik kosong) populasi
- β_1 : koefisien regresi variabel produk bank syariah
- β_2 : koefisien regresi variabel pelayanan
- X_1 : produk bank syariah
- X_2 : pelayanan
- ϵ : error (residual)

²¹ Ibid., 230

2. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji statistik yang pada dasarnya seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel independen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:²²

- a) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- b) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji statistik yang pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik f dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Membandingkan nilai f hasil perhitungan dengan nilai f menurut tabel. Bila nilai f hitung lebih besar daripada nilai f tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a
- b) Jika nilai signifikan $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.
- c) Sedangkan jika nilai signifikan $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah uji statistik yang pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam output spss, koefisien determinasi terletak pada tabel model summary dan tertulis S square yang sudah disesuaikan atau tertulis adjust R square, karena disesuaikan dengan

²² Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 210.

jumlah variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen itu amat terbatas.²³



²³ Ibid., 215.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2

Bank syariah di Indonesia lahir pada tahun 1992. Bank syariah yang pertama berdiri di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia. Kemudian pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Dahulu bank ini merupakan bank konvensional yang kemudian dibeli oleh Bank Dagang Negara dan selanjutnya dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank kedua di Indonesia.¹ Selanjutnya pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, antara lain 3 bank umum syariah, 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.²

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi lahir pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo yang dilaksanakan di istana merdeka. Bank Syariah Indonesia merupakan Bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan juga PT Bank BNI Syariah. OJK (Otoritas Jasa Keuangan) secara resmi mengeluarkan izin merger pada tiga usaha Bank Syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Yang selanjutnya pada tanggal 1 Februari, Bapak

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 31.

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 25.

Persiden Joko Widodo meresmikan adanya BSI (Bank Syariah Indonesia).

Dalam penggabungan dari ketiga Bank Syariah ini menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauannya juga lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Dan didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing secara global.

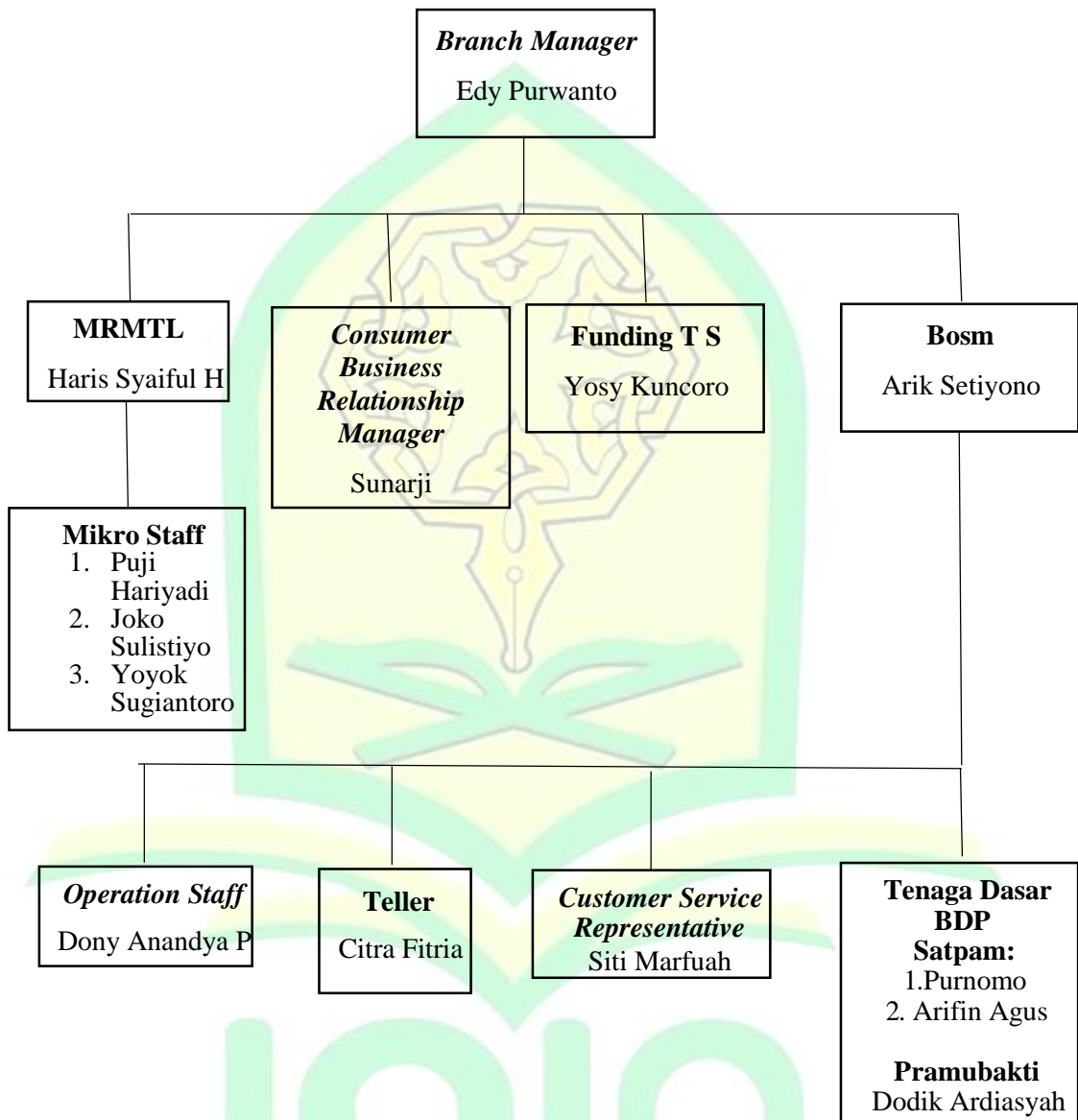
Penggabungan ketiga Bank Syariah ini merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).³

Sebelum Bank Syariah digabung menjadi Bank Syariah Indonesia, dulunya tempat BSI KCP Magetan MT Haryono 2 ini adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dan letaknya berdekatan dengan Bank Syariah Mandiri (BSM), karena penggabungan perusahaan maka sampai saat ini tempat yang dulunya BRIS (Bank Rakyat Indonesia Syariah) menjadi BSI KCP Magetan 2 yang berada di jalan MT Haryono No.09. untuk BSI KCP Magetan 1 berada di jalan yang sama. Hal tersebut dikarenakan masa sewa belum habis, apabila masa sewa sudah habis maka kemungkinan besar akan menjadi satu Bank atau akan dipindahkan. Semua itu tergantung kepada managemennya atau kemungkinan bisa menjadi 1 cabang.⁴

³ Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 7, Nomor 02, (2021), 3.

⁴ Edy Purwanto, *Wawancara*, 11 Februari 2023.

2. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi PT BSI KCP Magetan 2

3. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia⁵

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maa yang harus dilakukan adalah membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Dimana taraf signifikasi yang digunakan adalah 0,05 atrau 5%. Uji siginifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel untuk degree of freedom (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada uji validitas ini jumlah sampelnya (n)= 100 dan besarnya df dapat dihitung $100-2 = 98$ dengan df 98 dan alpha= 0,05 dapat r-tabel= 0,1966.

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel Produk Bank Syariah

No. Soal	“r” hitung	“r” tabel	Keterangan
1	0.7247	0.1966	Valid
2	0.7674	0.1966	Valid
3	0.7398	0.1966	Valid
4	0.7424	0.1966	Valid

⁵ www.bsi.ic.id

5	0.7591	0.1966	Valid
6	0.7483	0.1966	Valid
7	0.7200	0.1966	Valid
8	0.7510	0.1966	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan, secara keseluruhan pernyataan pada variabel produk bank syariah terdapat 8 pernyataan yang dikatakan valid karena dinyatakan valid memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No. Soal	"r" hitung	"r" tabel	Keterangan
1	0.6028	0.1966	Valid
2	0.6859	0.1966	Valid
3	0.6911	0.1966	Valid
4	0.8319	0.1966	Valid
5	0.8311	0.1966	Valid
6	0.7992	0.1966	Valid
7	0.7049	0.1966	Valid
8	0.7626	0.1966	Valid
9	0.7679	0.1966	Valid
10	0.7227	0.1966	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan, secara keseluruhan pernyataan pada variabel pelayanan terdapat 10 pernyataan yang dikatakan valid karena dinyatakan valid memiliki nilai-hitung lebih besar daripada r-tabel.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

No. Soal	“r” hitung	“r” tabel	Keterangan
1	0.7614	0.1966	Valid
2	0.7496	0.1966	Valid
3	0.7036	0.1966	Valid
4	0.7397	0.1966	Valid
5	0.6729	0.1966	Valid
6	0.6908	0.1966	Valid
7	0.7103	0.1966	Valid
8	0.7365	0.1966	Valid
9	0.7185	0.1966	Valid
10	0.7621	0.1966	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan, secara keseluruhan pernyataan pada variabel pelayanan terdapat 10 pernyataan yang dikatakan valid karena dinyatakan valid memiliki nilai-hitung lebih besar daripada r-tabel.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Produk Bank Syariah	8 item	0.8860	Reliabel
Pelayanan	10 item	0.9084	Reliabel
Kepuasan Nasabah	10 item	0.9063	Reliabel

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Dari keterangan tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6. Dengan demikian variabel Produk Bank Syariah, Pelayanan dan Kepuasan Nasabah sesuai dengan perhitungan *Alpha Cronbach*.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden nasabah BSI KCP Magetan 2 pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase
Laki-laki	61	61%
Perempuan	39	39%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa jenis kelamin dari responden BSI KCP Magetan 2 adalah laki-laki sebanyak 61 orang atau 61% dan perempuan sebanyak 39 orang atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BSI KCP Magetan 2 didominasi oleh jenis kelamin laki-laki.

b. Usia Responden

Data mengenai umur responden pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori yaitu 17-25 tahun, 26-30 tahun, 31-35 tahun, 36-40 tahun, 41-50 tahun.

Tabel 4.6

Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17 s/d 25 tahun	79	79%
2	26 s/d 30 tahun	7	7%
3	31 s/d 35 tahun	6	6%
4	36 s/d 40 tahun	6	6%
5	41 s/d 50 tahun	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 79 atau sebesar 79%, responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 7 atau sebesar 7%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 6 atau sebesar 6%, responden yang berusia 36-40 tahun berjumlah 6 atau sebesar 6% dan responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 2 atau sebesar 2%. Dari keterangan tabel diatas diketahui bahwa besar responden yang diambil berusia 17-25 tahun.

c. Pekerjaan

Data mengenai tingkat pekerjaan responden pada BSI KCP Magetan 2 yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	72	72%
2	Petani/Pedagang	9	9%
3	Guru/PNS/Pegawai	8	8%
4	Lain-lain	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan nasabah yang dimiliki responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang berjumlah 72 atau 72%, petani/pedagang berjumlah 9 atau 9%, guru/PNS/pegawai berjumlah 8 atau 8% dan pekerjaan lainnya berjumlah 11 atau 11%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov sminov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Standar Normalitas	Keterangan
0,067	> 0,05	Normal

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil nilai sig $0,067 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Dalam penelitian ini, pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test For Linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Tabel 4.9
Hasil Uji Linieritas Variabel Produk Bank Syariah

Variabel	Sig	Standart	Keterangan
Produk Bank Syariah	0,142	> 0,05	Linier

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan tabel 4.9 dari produk bank syariah diperoleh nilai sig $0,142 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel produk bank syariah terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Sig	Standart	Keterangan
Pelayanan	0,060	> 0,05	Linier

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan tabel 4.10 dari pelayanan diperoleh nilai sig 0,060 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel pelayanan dan kepuasan nasabah.

c. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolonieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikoniritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	21.652	3.393				6.381
Produk Bank Syariah Pelayanan	-.098	.052	-.169	1.868	.065	.995	1.005
	.429	.088	.442	4.896	.000	.995	1.005

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai VIF untuk kedua variabel adalah 1,005 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Produk Bank Syariah	0,083	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pelayanan	0,196	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Dari tabel 4.12 diatas diketahui nilai sig variabel produk bank syariah (X_1) sebesar $0,083 > 0,05$ dan variabel pelayanan (X_2) sebesar $0,196 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan tida terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh ukuran produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	21.652	3.393
	Produk Bank Syariah	-.098	.052
	Pelayanan	.429	.088

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan tabel 4.13 yang dibuat persamaan regresi dan dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

$$Y = 21,652 - 0,098 X_1 + 0,429 X_2 + e$$

α : konstanta sebesar 21,652 menunjukkan jika variabel-variabel independen yaitu produk bank syariah dan pelayanan bernilai nol maka kepuasan nasabah bernilai 21,652.

β_1 : nilai koefisien regresi variabel produk bank syariah sebesar -0,098 artinya bahwa setiap kenaikan variabel produk bank syariah sebesar 1% dengan asumsi variabel lain bernilai nol maka akan menyebabkan penurunan kepuasan nasabah sebesar -0,098 %.

β_2 : nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,429 artinya setiap kenaikan variabel pelayanan sebesar 1 % dengan asumsi variabel lain bernilai nol akan menyebabkan penurunan kepuasan nasabah sebesar 0,429 %

f. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh seara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya atau tidak. Jika angka signifikansi lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila angka signifikansi lebih besar dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.14 sebagai berikut.

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	21.652	3.393		6.381	.000
	Produk Bank Syariah	-.098	.052	-.169	-1.868	.065
	Pelayanan	.429	.088	.442	4.896	.000

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dianalisa bahwa pengujian menunjukkan hasil sebagai berikut:

1) Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Tujuan penelitian ini untuk membuktikan pengaruh positif produk bank syariah terhadap kepuasan nasabah. Dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa produk bank syariah mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari nilai β sebesar -0,098 dengan nilai t-hitung sebesar -1,868 < t-tabel sebesar 0.1966 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,065 yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa produk bank syariah tidak berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima.

2) Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Tujuan penelitian ini untuk membuktikan pengaruh positif pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai β sebesar 0,429 dengan nilai t-hitung sebesar 4,896 > t-tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

g. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah antar variabel independen yang digunakan mampu secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen:

- 1) Jika angka signifikan $\alpha < 0,05$, maka hubungan antar variabel independen mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen signifikan dan model penelitian diterima.
- 2) Jika nilai signifikan $\alpha > 0,05$, maka hubungan antar variabel independen tidak mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen tidak signifikan dan model penelitian ini tidak diterima.

Hasil uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig
Regression	341.862	2	170.931	13.159	.000 ^b
Residual	1259.978	97	12.989		
Total	1601.840	99			

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan hasil simultan pada tabel 4.15 dapat diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig tersebut $< 0,05$. Karena nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,159 > 0,1966$) dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen produk bank syariah dan pelayanan berpengaruh seara simultan terhadap kepuasan nasabah.

h. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantunya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantunya. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,426	0,213	0,197	3,604

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 menunjukkan nilai Adj R Square sebesar 0,197 yang berarti sebesar 19,7% variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen produk bank syariah dan pelayanan. Sedangkan sisanya 80,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

A. Pembahasan

Dari berbagai pengujian yang dilakukan diatas, maka dapat diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah. Diketahui bahwa produk bank syariah secara parsial berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan secara simultan produk bank syariah dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2. Penjelasan mengenai pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk Bank Syariah (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa produk bank syariah mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari nilai β sebesar -0,098 dengan nilai t-hitung sebesar $-1,868 < t$ tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,065 > 0,05$ yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa produk bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Temuan ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh Mila Sufiati (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai signifikan sebesar $0,031 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut.

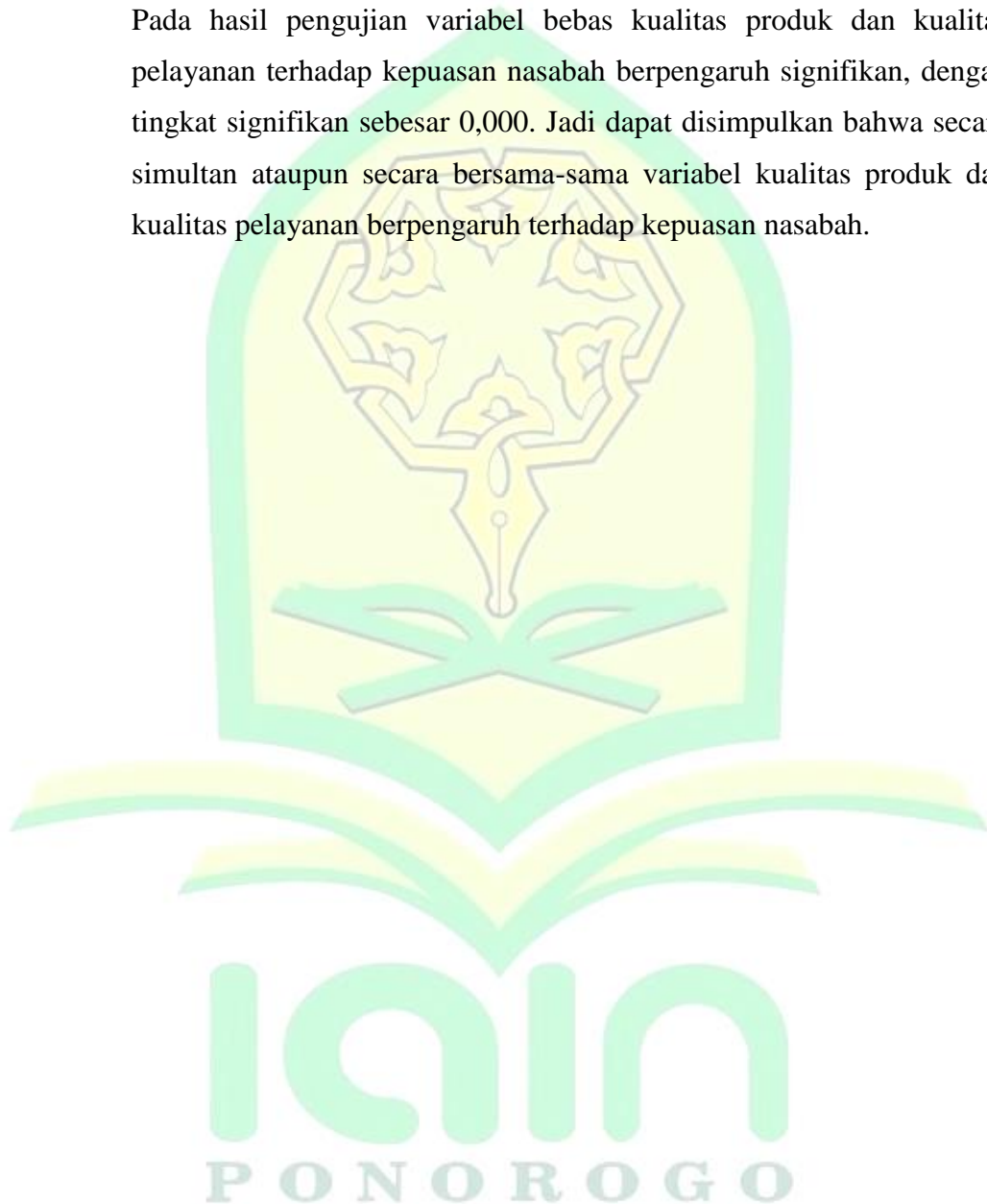
2. Pengaruh Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai β sebesar 0,429 dengan nilai t-hitung sebesar $4,896 > t$ -tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Temuan ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Suryani (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai signifikansi nilai sig $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Produk Bank Syariah (X_1) dan Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil simultan dapat diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig tersebut $< 0,05$. Karena nilai sig lebih kecil dari α (0,000

$< 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,159 > 0,1966$) dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen produk bank syariah dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Mila Sufiati (2019), dan Suryani (2019). Pada hasil pengujian variabel bebas kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh signifikan, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa produk bank syariah mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,065 > 0,05$ yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa produk bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian pengujian hipotesis 1 yang menyatakan produk bank syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ditolak.
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian pengujian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil simultan dapat diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig tersebut $< 0,05$. Karena nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen produk bank syariah dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian pengujian hipotesis 3 yang menyatakan produk bank syariah dan pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Saran untuk perusahaan
 - a. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan 2 harus terus meningkatkan kualitas produk agar nasabah semakin puas terhadap produk BSI KCP Magetan 2 karena semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut.
 - b. Kualitas Pelayanan di BSI KCP Magetan 2 disambut dengan reaksi positif oleh nasabah. Sehingga perusahaan harus terus mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada supaya tercipta kepuasan nasabah. Karena semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah
2. Saran untuk penelitian mendatang
 - a. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena masih terdapat 80,3% untuk dilakukan penelitian lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, Abdul Ghafur .*Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Arifin, Ihwan. “Pengaruh Kualitas Produk ,Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadi’ah Pasar Pada PT. BPRS Safir Bengkulu Kota Bengkulu”, (*Skripsi Bengkulu*).
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Baihaqi, Hans, Yuki Hana, *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2011.
- Bangun Pangestu, Odi. “Pengaruh Kepemimpinan dan Etika Kerja Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BTPN Syariah MMS Tanjung Karang Barat)”, *Skripsi Lampung: UIN Raden Intan 2020* .
- Brata, Atep Adya. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Komputindo. 2003.
- Chandra,Gregorius. dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*, Yogyakarta: Andi, 2004.
- Devita Sari, Retno. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Lumajang”, *Skripsi Jember: IAIN Jember 2020*.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Giro*.
- Fitriani, Ida. “Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur)”, *Skripsi Kota Metro: IAIN Metro 2019*.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Ida. *Wawancara*. 03 November 2022.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.

- Jakaria, Yaya. *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Karim Adiwarmarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta, PT.Raja Grafindo, 2005.
- Khairina, Zaira. “Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan (Studi Kasus Kec. Peukan Bada Aceh Besar)”, *Skripsi Banda Aceh: UIN AR-RANIRY* 2019 .
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1*. Jakarta, Erlangga, 2001.
- LSPP-IBI. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Lutfiana. *Wawancara*. 03 November 2022
- Mamang Sangadji, Etta Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara, 2002
- Muhammad. *System Keuangan Islami*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019.
- Nikensari, Sri Indah. *Perbankan Syariah Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya*. Semarang: PT PUSTAKA RIZKI PUTRA, 2012.
- Nisa, Kholifatun. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bri Syari’ah Kc Semarang”, (*Skripsi Semarang*).
- Nurhidayati, Maulida dan Novi Kurnia Cahyani, “Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo, “ *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 146-157.

- Nur Rianto Al Arif, M. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2012.
- Pasha Ferlan Pribadi, Adi “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi pada Jamaah Tombo Ati Muslim Tour & Travel Malang 3 Tahun Terakhir), *Skripsi* Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim 2020.
- Pranantha, Elsandro Yoga. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman”, *Skripsi* Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia 2021.
- Rafidah, Kualitas Pelayanan Islami Pada perbankan Syariah. NALAR FIQH, Volume 10, Nomor 2, Desember 2014.
- Resita Cahyani, “Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank bni syariah cabang Makassar”, *Skripsi* Makassar: Universtias Muhammadiyah Makassar 2020.
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2014).
- Rizqi, Nurul Fathiati. ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto Di Era Pandemi”, (*Skripsi*, Jember).
- Sari Hasibuan, Letna “Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Al-Ittihad Cabang Panam Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”. *Skripsi* Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau 2020 .
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sufiati, Mila. “Pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah”, *Skripsi* Banda Aceh: UIN AR-RANIRY 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta 2012.

- Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011.
- Suminto,Ahmad dan Shinta Maharani, “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo, “ *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2657-1153: 51-79.
- Suryani. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo”, *Skripsi* Ponorogo: IAIN Ponorogo 2019.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: CV ANDI Offset, 2011.
- Ulfa, Alif. “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 7, Nomor 02, (2021).
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*.
- Wijaya, Toni. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam Teori dan Praktik* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPPE Usakti, 2009.
- Wulandari, Suci. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Masa Pandemi Pada Pt. Bprs Carana Kiat Andalas Kc Padang Panjang”, *Skripsi* Sumatra Barat: IAIN Batusangkar 2021 .
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.

Yuhanna. “Analisis Kualitas Pelayanan Berbasis Prinsip Syariah Pada Pt. Bprs Puduarta Insani Tembung”, *Skripsi* Medan:UN Sumatra Utara 2019.

Zulkifli, Sunan. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hikam.

www.bsi.ic.id



