

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PENABUNG PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Nofian Tripitoko

NIM. 210817127

Pembimbing:

Faruq Ahmad Futaqi., M.E.

NIP.198311262019031006

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

2023

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PENABUNG PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana
program strata satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Oleh:

NOFIAN TRIPITOKO

NIM. 210817127

Pembimbing:

FARUQ AHMAD FUTAQI, M.E.

NIP.198311262019031006

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

2023

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nofian Tripitoko
NIM : 210817127
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang
Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis tersebut adalah benar-benar hasil karya sendiri. Di dalam tidak terdapat bagian yang berupa plagiat dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan di dalam karya tulis ini, saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Ponorogo, 30 Oktober 2023



Nofian Tripitoko

NIM. 210817127

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM 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 dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1.	Nofian Tripitoko	210817127	Perbankan Syariah	PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENABUNG PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG MADIUN.

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

Ponorogo, 30 Oktober 2023

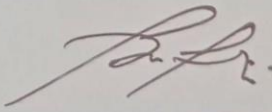
Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.AK.
NIP.198907102018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Faruq Ahmad Futaqi, M.E.
NIP.198311262019031006



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM 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 Pengetahuan Produk, Promosi dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung pada Bank
Muamalat Kantor Cabang Madiun
Nama : Nofian Tripitoko
NIM : 210817127
Jurusan : Perbankan Syariah

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

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang : (.....)
Dr. Hj. Ely Masykuroh, S.E., M.Si
NIP. 197202111999032003
Penguji I : (.....)
Yunaita Rahmawati, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 198406042019032012
Penguji II : (.....)
Faruq Ahmad Futaqi, M.E.
NIP.198311262019031006

Ponorogo, 14 November 2023
Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo


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

IAIN
PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nofian Tripitoko
NIM : 210817127
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

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 tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 30 Oktober 2023



Nofian Tripitoko

NIM. 210817127



IAIN
PONOROGO

ABSTRAK

Tripitoko, Nofian. 2023. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Skripsi*, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Dosen Pembimbing Faruq Ahmad Futaqi.

Kata Kunci: Pengetahuan, Promosi, Kualitas.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *teori gap* antara teori dan fakta yang terdapat pada lapangan. Kualitas Nasabah dapat tercapai dengan baik apabila faktor yang memengaruhinya berjalan dengan baik pula. Pada kenyataannya di Bank Muamalat Madiun ini marketing sudah mengupayakan untuk memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk dan kegunaan produk tabungan, tetapi banyak nasabah yang tidak memahami tentang produk produk tabungan yang ada di Bank Muamalat Madiun. Kedua yaitu promosi, marketing sudah melakukan promosi secara langsung. Tetapi marketing yang digabung juga dengan teller mengakibatkan promosi tidak berjalan dengan lancar, mengakibatkan nasabah tidak memahami promosi yang dilakukantim marketing. Ketiga yaitu kualitas pelayanan, kurangnya pegawai yang ada di Bank Muamalat Madiun mengakibatkan nasabah tidak merasakan kualitas pelayanan dengan baik. Tetapi di sisi lain seluruh pegawai Bank Muamalat Madiun sudah melayani dengan sepenuh hati kepada nasabah, tetapi nasabah belum merasakan kepuasan. Hal ini menarik diteliti karena bertentangan dengan teori Philip Kotler yaitu pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Muamalat Madiun yang bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh variabel pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Penabung di Bank Muamalat Madiun.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah 95nasabah Bank Muamalat Madiun. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan berganda dengan bantuan SPSS 21. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi sederhana dan berganda serta uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, 2) promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, 3) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ 4) pengetahuan produk, promosi, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 73,3%, dengan variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah kualitas pelayanan.

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

Artinya : Sebaik-baik manusia adalah yang terbaik budi pekertinya dan yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya. (HR. Thabrani dan Daruquthni).¹



¹ HR. Thabrani dan Daruquthni

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur hanya bagi Allah SWT atas segala nikmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun” dengan baik.

Tujuan penulisan proposal skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

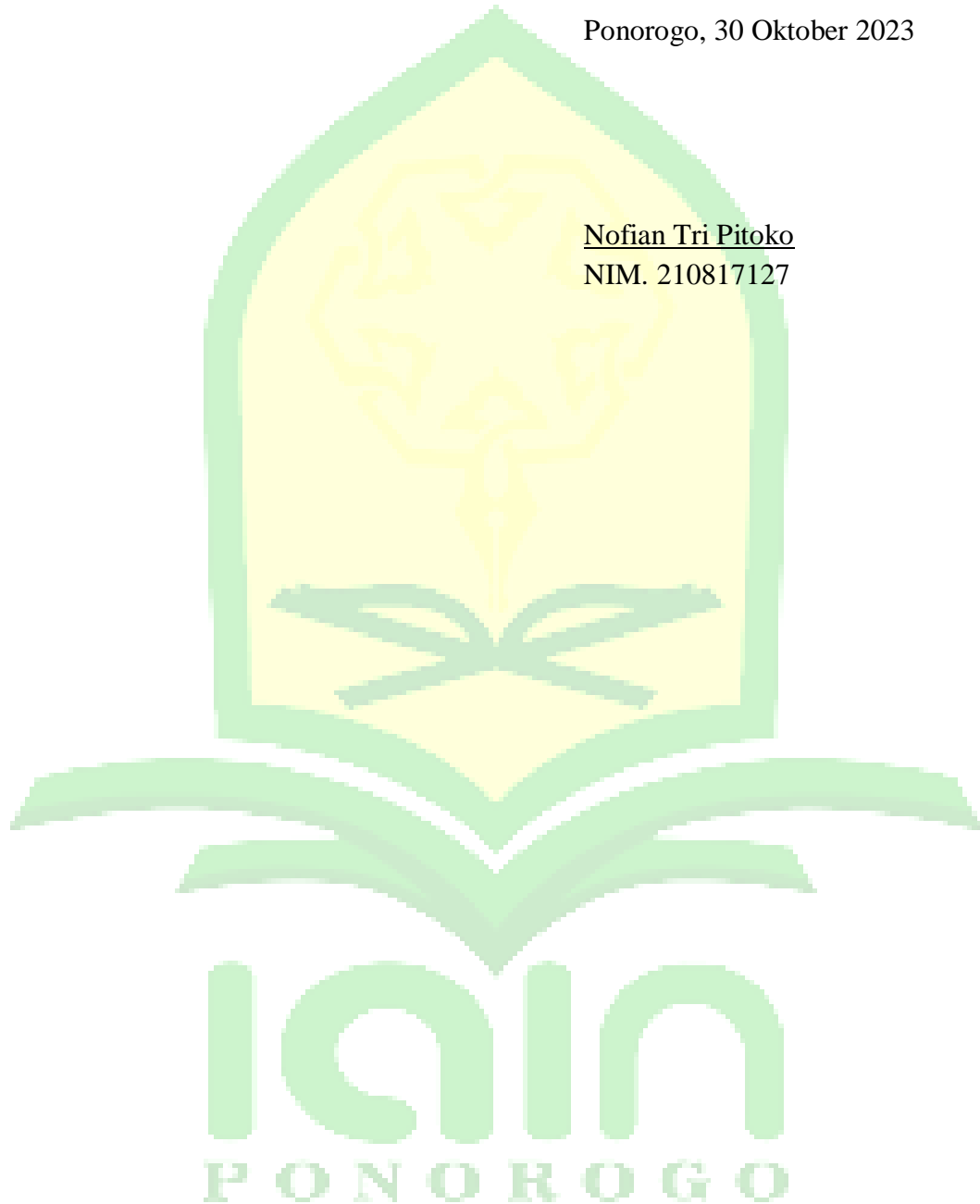
1. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Dr. H. Luthfi Aminuddin, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
3. Muhtadin Amri, M.S.AK., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Ponorogo.
4. Faruq Ahmad Futaqi, M.E, selaku Dosen Pembimbing skripsi Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Penulis berharap semoga Allah SWT menerima dan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam pelaksanaan proposal skripsi ini. Semoga ini dapat menjadi pengalaman berharga bagi penulis.

Akhir kata, oleh karenanya kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemajuan serta bernilai ibadah dihadapan Allah SWT.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Nofian Tri Pitoko
NIM. 210817127



PERSEMBAHAN

Persembahan ini saya haturkan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi membantu dalam menyelesaikan skripsi yang saya kerjakan. Terimakasih atas semangat, do'a dan nasehat yang selalu diberikan kepada saya pribadi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang saya kerjakan dengan tepat waktu tanpa halangan suatu apapun. Ucapan terimakasih saya haturkan kepada, antara lain:

1. Kedua orang tua saya Ayah dan Ibu dan tentunya keluarga besar saya yang tak henti-hentinya memberikan do'a, semangat, nasehat, motivasi dan dukungannya.
2. Seluruh pegawai Bank Mumalat Kantor Cabang Madiun Madiun yang telah berkontribusi dalam membantu pengisian kuesioner dan mengizinkan untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
3. Teman-teman jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
4. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu dalam membantu pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini.

Saya berharap semoga Allah SWT menerima dan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Nofian Tripitoko

NIM. 210817127

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	x
PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Kepuasan Nasabah	7
2. Pengetahuan Produk.....	8
3. Promosi.....	11
4. Kualitas Pelayanan.....	13
B. Studi Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis.....	22
BAB III : METODE PENELITIAN	24

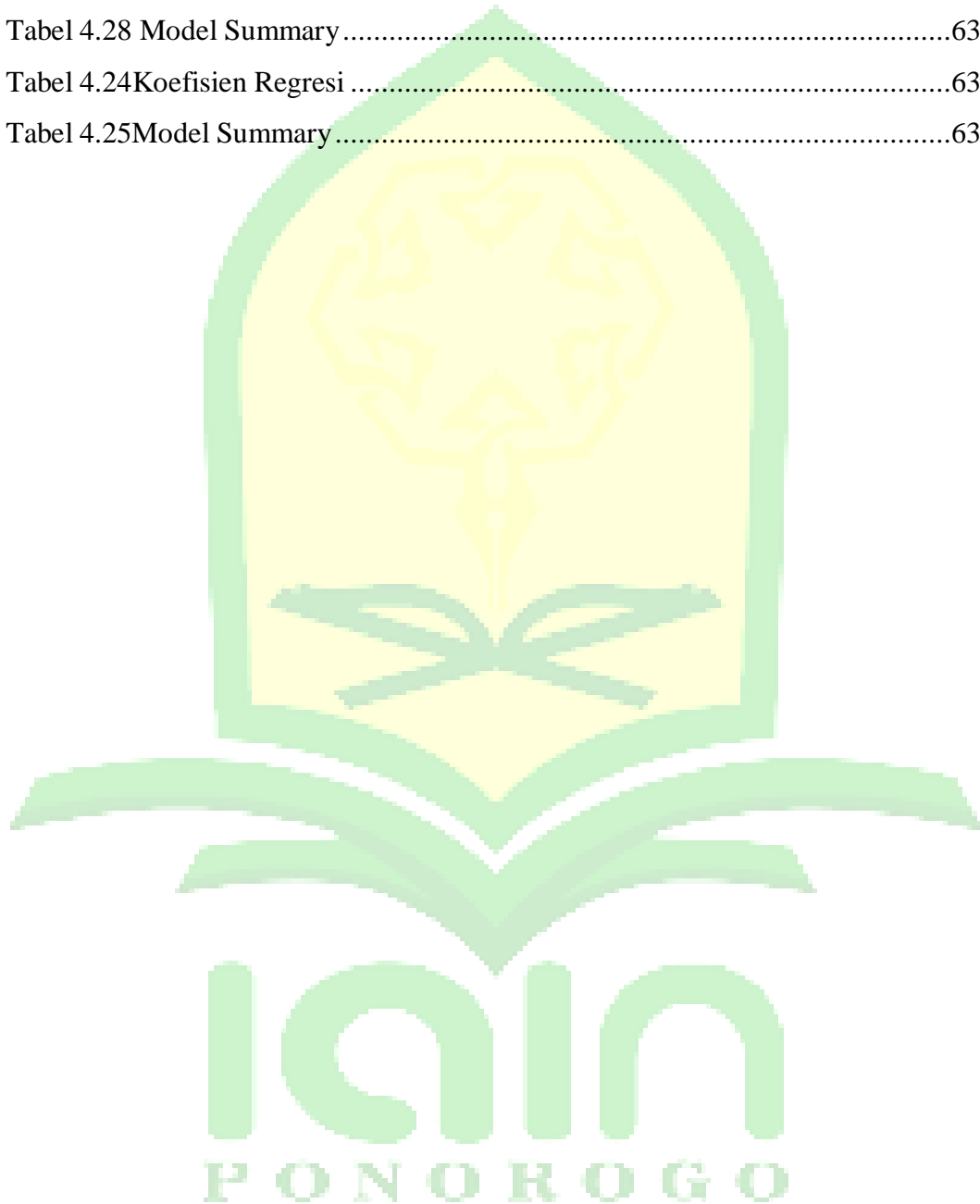
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	24
B. Lokasi dan Periode Penelitian	24
C. Rancangan Penelitian.....	24
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	29
F. Metode Pengumpulan Data	31
G. Instrumen Penelitian	32
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	34
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	35
BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	40
A. Gambaran Umum Perusahaan	40
B. Hasil Pengujian Instrumen (Hasil Analisis dan Reliabilitas)	46
C. Hasil Pengujian Deskriptif	47
D. Hasil Pengujian Hipotesis	52
E. Pembahasan	64
BAB V : PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran/Rekomendasi	68
Daftar Pustaka	70
Lampiran-lampiran	73
Riwayat Hidup	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjabaran Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 3.4 Kriteria Uji Autokorelasi.....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah.....	50
Tabel 4.9 Hasil Rekap Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.10 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.11 Usia Nasabah.....	51
Tabel 4.12 Pendidikan Nasabah.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.15 Hasil Rekap Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.17 Hasil Rekap Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.19 Hasil Rekap Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.20 Hasil Uji Pengaruh X1 Terhadap Y.....	56
Tabel 4.21 Mode Summary Variabel X1.....	57
Tabel 4.22 Hasil Uji Pengaruh X2 Terhadap Y.....	57
Tabel 4.23 Model Summary X2 Terhadap Y.....	58
Tabel 4.24 Hasil Uji Pengaruh X ₃ Terhadap Y.....	59

Tabel 4.25 Model Summary X ³ Terhadap Y	60
Tabel 4.26 Hasil Estimasi Koefisien Regresi	60
Tabel 4.25 ANOVA	62
Tabel 4.27 Koefisien Regresi	62
Tabel 4.28 Model Summary	63
Tabel 4.24 Koefisien Regresi	63
Tabel 4.25 Model Summary	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran19



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Muamalat KC Madiun yang beralamat di Jl. Kolonel Marhadi No.28, Nambangan Lor, Mangu Harjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63129, Indonesia. Merupakan salah satu kantor cabang Bank Muamalat.² Peneliti mengamati banyak hal yang terjadi saat melakukan magang di Bank Muamalat, hal ini dirasakan sangat berpengaruh terhadap perusahaan itu sendiri.

Faktor yang pertama adalah pengetahuan produk tabungan. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui seseorang yg didapat dari segala hal. Teori dan Aplikasi, menjelaskan bahwa sumber seseorang untuk memiliki pengetahuan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu dengan cara *Eksperiential Reality* (ER) dan *Agreement Reality* (AR). *Eksperiential Reality* (ER) adalah pengetahuan yang didapat dengan cara mengalaminya sendiri, dengan pengalaman maka kita mengetahui akan kesepakatan antara diri kita pribadi dengan orang lain, bentuk *Agreement Reality* (AR) bermacam-macam, bisa didapat dari informasi dari orang lain, tradisi, serta kebiasaan.³

Dalam marketing efektifitas sebuah iklan sering digunakan untuk menyampaikan informasi sebuah produk agar memberikan pemahaman pada konsumen tentang produk tersebut. Kurangnya pengetahuan tentang produk menjadialah satu penyebab menurunnya minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Pada Bank Muamalat pengetahuan produk kurang diketahui nasabah. Hal ini dibuktikan dengan wawancara bersama nasabah Bank Muamalat yang memiliki. Ada beberapa macam produk tabungan di Bank Muamalat KC Madiun yaitu Tabungan iB Hijrah, Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB), Tabungan iB Hijrah Valas, Tabunganku, Tabungan iB Hijrah Prima, Tabungan iB SimPel, Tabungan iB Hijrah Haji, Tabungan iB Hijrah Payroll. Dari semua produk tabungan diatas banyak Dalam

²<https://idalamat.com/alamat/72816/bank-muamalat-kc-madiun>, Di Akses Pada 02 Juni 2021, Pukul 13.45 WIB.

³Bambang Prasetyo, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi (Jakarta Rajawali Pers, 2012), 4.

nasabah yang tidak mengetahui jelas penjelasan tentang produk tabungan tersebut.

Hal ini dikarenakan tim marketing yang ada di Bank Muamalat kurang lincah dalam memasarkan produk, tim marketing sudah memasarkan produk melalui sosial media dan penjelasan secara langsung dengan nasabah. Dan penjelasan yang kurang menarik membuat nasabah tidak memahami apa yang dijelaskan oleh tim marketing dari Bank Mamalat. Iklan yang kurang menarik ini juga dapat mempengaruhi pengetahuan produk oleh nasabah. Nasabah akan memperhatikan dengan jelas apabila penjelasan dari produk tabungan ini menarik perhatian mereka. Jadi pengetahuan produk yang di ketahui nasabah masih kurang dikarenakan nasabah tidak tertarik dan tidak paham dengan jelas apa yang disampaikan tim marketing.⁴

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikan dengan aktivitas pemasaran dengan arti sempit. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung dan tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.⁵

Bank Muamalat biasanya melakukan promosi produk tabungan melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp dan Instagram, adapun pihak *sales marketing* yang memasarkan produk tabungan langsung kepada nasabah Bank Muamalat. Informasi yang diberikan juga sudah dijelaskan begitu rinci dan detail sehingga nasabah dapat memahami apa yang disampaikan oleh pihak marketing Bank Mumalat. Tetapi dengan dilakukan berbagai cara promosi produk Bank Muamalat, di sisi lain kepuasan nasabah masih menunjukkan penurunan, dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan dengan sejumlah nasabah Bank Muamalat.

⁴Ma'ruf Abdullah, Manajemen Bisnis Syariah, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, h.40.

⁵M. Nur Rianto Al Arif, Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah (Alfabeta: Bandung,2012),

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa nasabah secara langsung dan menanyakan terkait promosi yang dilakukan Bank Muamalat, apakah sudah efektif dilakukan atau belum. Nasabah yang pertama bernama Irwan, beliau menyebutkan bahwa promosi yang dilakukan Bank Muamalat sudah baik, akan tetapi untuk era digital seperti sekarang, ternyata masih banyak nasabah yang ketinggalan zaman dikarenakan tidak bisa menggunakan gadget atau media sosial yang ada. Hal ini menjadi suatu penghambat promosi produk Tabungan Bank Muamalat itu sendiri. Irwan juga mengatakan bahwa beliau juga tidak begitu paham menggunakan media sosial.⁶

Adapun selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan nasabah Bank Muamalat Hartanti, beliau merupakan nasabah Bank Muamalat dari tahun 2015. Menurut beliau Bank Muamalat sudah melakukan promosi produk dengan baik, tetapi menurut Hartanti promosi yang dilakukan pihak Bank Muamalat terlalu jadal, dan kurang menarik nasabah untuk melihat atau menggunakan produk yang ada di Bank Muamalat. Dan biasanya saat ada nasabah yang bertanya langsung, respon dari pihak Bank Muamalat belum memenuhi kepuasan nasabah. Disisi lain Bank Muamalat selalu mengatakan akan mempromosikan produk yang dimiliki dengan maksimal, tetapi di sisi lain, nasabah belum merasakan dampak dari promosi yang dilakukan Bank Muamalat tersebut.⁷

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan nasabah selanjutnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pihak Bank Muamalat seperti melayani nasabah yang ingin bertransaksi, menjelaskan apapun yang nasabah tanyakan mengenai produk tabungan yang ada di Bank Muamalat, bukan hanya dari sisi *Teller* dan *Customer Service* saja yang melayani nasabah dengan baik, seluruh pegawai Bank Muamalat juga pastinya menjaga dan memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah.

Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Bank Muamalat KC Madiun sudah sangat baik, tetapi kepuasan nasabah menurun. Nasabah

⁶ Irwan, wawancara 20 Desember 2022.

⁷ Hartanti, wawancara 23 Desember 2022.

menyatakan pelayanan kurang ramah seringkali terjadi. Komplain yang di atasi dengan sangat lama juga membuat nasabah tidak puas dengan kualitas pelayanan Bank Muamalat KC Madiun, hal ini dibuktikan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam *Complain Handling* Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat KC Madiun)”.⁸

Berdasar masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian penting ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat KC Madiun”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun ?
4. Apakah pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

⁸Wahyuni Nada Fatmawati “Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam *Complain Handling* Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat KC Madiun)”, Skripsi, Ponorogo : FEBI Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

4. Untuk mengujikan menganalisis pengaruh produk tabungan, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah penabung Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bentuk sumbangsih yang bernilai ilmiah bagi perkembangan khazanah ilmu Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai pijakan lebih lanjut bagi peneliti dan pihak-pihak yang berkontribusi dan berkonsentrasi terhadap kepuasan nasabah penabung.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan literatur untuk perpustakaan terkait dengan teori pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan.

- b. Bagi pihak perusahaan

- c. Bagi pihak Karyawan

Hasil penelitian ini saya harapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun dan lebih memotivasi karyawan untuk tetap semangat menjalankan pekerjaan dengan penuh rasa tanggung jawab dan menghasilkan hasil yang memuaskan bagi perusahaan dan bagi keluarga.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan juga tergantung pada kualitas pelayanan dimana jika kualitas pelayanan yang di berikan semakin meningkat maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan, begitu pula sebaliknya. ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Selain itu, banyak teori yang menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga semakin banyak promosi diharapkan memberikan dampak positif pada kepuasan konsumen.⁹

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah 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-baiknya antara puas dan hasil.¹⁰ Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Bagi pelanggan, apa yang dihasilkan yaitu perusahaan baginya tidak begitu penting. Pelanggan memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya atas dasar pertimbangan nilai inilah selanjutnya akan menentukan bentuk apa bisnis yang perlu dikembangkan. Pelayanan pelanggan bermutu hanya bias dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu

⁹Ronal Aprianto. "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah". Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, 1(12- 2016), 13.

¹⁰Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).

melalui mata pelanggan. Hanya bila pelanggan menganggap bahwa anda sebagai pelayan telah memberikan pelayanan pelanggan bermutu.¹¹

Menurut teori, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.¹²

Kepuasan Nasabah Menurut Islam Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan.¹³

2. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut, fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Nasabah akan merasa puas jika kualitas produk yang digunakan nasabah tersebut sangatlah bagus dan aman untuk digunakan. Sehingga nasabah akan puas memakai produk tersebut dan secara tidak langsung akan merekomendasikan produk tersebut kepada nasabah lain.

Pengetahuan produk adalah sekumpulan berbagai informasi mengenai produk. Konsumen mempunyai tingkat pengetahuan yang

¹¹William B Martin, *Pelayanan pelanggan yang bermutu: Seni memperlakukan pelanggan sebagai tamu*, (Jakarta: Binarupa Aksara:1991), 44.

¹²Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran Jilid 1",143-144.

¹³Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, h.40.

berbeda, konsumen dapat mempunyai tiga jenis pengetahuan produk jenis pengetahuan produk yaitu terkait ciri produk, konsekuensi atau manfaat positif menggunakan produk dan nilai yang akan dipuaskan atau dicapai oleh produk.¹⁴

Menurut Nitisusatro dalam Sanny Hanjaya, menyatakan bahwa suatu yang berkaitan mengenai pengetahuan produk ialah meliputi pengetahuan mengenai karakteristik produk tersebut, pengetahuan mengenai apa manfaat produk itu sendiri, pengetahuan mengenai risiko apa yang didapat konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut.¹⁵

a. Indikator Pengetahuan Produk

Terdapat empat indikator pengetahuan produk, yang terdiri dari:

1. Karakteristik dan atribut produk

Menurut Solomon, menjelaskan bahwa informasi mengenai atribut tertentu yang diekspos berulang kali tidak akan membawa pengaruh signifikan bagi konsumen, melainkan konsumen harus dihadapkan dengan ragam iklan yang menawarkan berbagai atribut untuk membuat konsumen memiliki persepsi positif. Melalui hal tersebut, pemasar harus memiliki pemahaman mendalam mengenai atribut dari produk yang dijual, arti atribut bagi para konsumen, dan cara mengkomunikasikannya untuk dapat mempengaruhi kognisi konsumen dalam mengambil keputusan.

2. Manfaat Psikologis

Manfaat psikologis adalah dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa. Contoh manfaat psikologis adalah ketika konsumen merasakan kepuasan dan manfaat produk yang didapat dari mencoba produk yang ditawarkan. Hal tersebut biasanya dilakukan

14 M Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 66.

15 Hanjaya, "Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keangaman Menu terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte," 180.

dengan menceritakan mengenai manfaat apa saja yang bereaksi didapatkan dari produk tersebut hingga secara psikologi akan menimbulkan rasa percaya dan rasa minat yang lebih dalam di hati calon konsumen terhadap produk

3. Manfaat Fisik

Manfaat fisik adalah dampak yang langsung dapat dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan. Yang termasuk dalam aspek ini contohnya adalah ketika seseorang merasakan pengalaman menyenangkan ketika menggunakan produk.

3. Promosi

Terkadang nasabah akan merasa puas jika promosi tersebut dilakukan secara tatap muka terkadang juga tanpa adanya promosi tersebut nasabah tetap akan melakukan pembiayaan di Bank Muamalat tersebut karena menganggap bahwa promosi yang dilakukan tersebut sudah sesuai dengan harapannya, tetapi kadang kala adajuga nasabah yang belum puas dengan promosi yang diberikannya karena promosi yang diberikan belum sesuai dengan apa yang adadi brosur. Sehingga akan mengakibatkan kurangnya nasabah dalam pembiayaan di Bank Muamalat KC Madiun tersebut.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikan dengan aktivitas pemasaran dengan arti sempit. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung dan tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga akan mempengaruhi

nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.¹⁶

a. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Dengan kata lain berupaya dalam mengarahkan seseorang mengenai suatu produk perusahaan agar konsumen mengerti, suka terhadap produk, yakin terhadap produk, akhirnya membelinya dan selalu mengingatnya.

b. Dimensi Promosi

1) Periklanan atau (Advertasing)

Merupakan salah bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan produk atau jasa yang di tawarkan, menambah pengetahuan konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli. Adapun tujuan iklan diantaranya yaitu:¹⁷

- (a) Iklan bersifat memberikan informasi, Yaitu iklan akan menjabarkan atau menerangkan produk sebagai tahap pengenalan untuk menciptakan permintaan atas produk.
- (b) Kemampuan membujuk Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi, hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali. Dengan demikian calon pembeli dapat membandingkan dengan iklan yang dibuat pesaing.
- (c) Iklan pengingat Iklan ini sangat penting dalam tahap kedewasaan produk untuk menjaga konsumen agar selalu ingat akan produk tersebut.
- (d) Iklan pemantapan Yaitu untuk menyakinkan para pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat.

¹⁶M. Nur Rianto Al Arif, Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah (Alfabeta: Bandung,2012), 169.

¹⁷Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 120-121.

2) Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Merupakan penjualan perseorangan yang fleksibel karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli.

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai kepenjualan akhir. Point of sales promotion terdiri atas brosur, lembar informasi, dan lain-lain.

4) Hubungan masyarakat (*public relation*)

Merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap suatu perusahaan.

5) Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan katalain pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktifitas komunikasi lainnya.¹⁸

6) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau transaksi di sembarang lokasi. Komunikasi langsung kepada konsumen individual dengan tujuan agar pesan yang telah diberikan dapat ditanggapi secara langsung oleh konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau datang langsung ke tempat pemasar.

¹⁸ Ibid., 122.

2. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani, mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dengan memenuhi persyaratannya. Kualitas layanan, kualitas produk dan promosi memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah.¹⁹

Dari pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen atau nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabahnya. Kinerja pelayanan merupakan sebuah tindakan yang bisa dirasakan oleh nasabah. Pelayanan yang baik kepada konsumen atau nasabah bertujuan pada tercapainya kepuasan konsumen atau nasabah itu sendiri.

Kualitas pelayanan yang baik dapat diberikan pada saat proses pelayanan pembiayaan, hingga setelah keputusan pinjaman. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan pula karena dengan mendapatkan kualitas pelayanan sesuai harapan, nasabah akan menimbulkan kepuasan hingga menjadi nasabah loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.²⁰

Nasabah akan merasakan senang dan puas jika kualitas pelayanannya sangat baik dan sesuai dengan harapannya, begitu pula sebaliknya jika pelayanan tidak baik maka nasabah tidak akan merasa senang dan puas bahkan kadang kala ada nasabah yang tidak mau lagi datang ke tempat tersebut untuk melakukan pembiayaan karena pelayanannya dianggap tidak memuaskan.

¹⁹Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, Manajemen Pemasaran konsumen dan jasa (Jakarta:Salemba Empat,2006),95.

²⁰Ririn wulandari, dkk, Membidik Nasabah Bank Syariah (Yogyakarta:CV.Nas Media Pustaka, 2020), 65-66.

B. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan ringkasan tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini bukan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang sudah ada. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk menunjang dan memberikan perbedaan antara penelitian yang sudah ada dengan penelitian ini.

Berikut ini hasil telaah pustaka yang dilakukan penulis sebelumnya yang ada kaitannya dengan variabel yang diteliti antara lain:

Tabel 1.1
Penjabaran Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan Klien Untuk (Studi Kasus Klien Kospin Layanan Cabang Wonosobo) ²¹	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasilnya mengambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah Kospin Layanan Cabang Wonosobo.

²¹Sigit Santosa dan Bella Ifrianti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BankBRI Kantor Cabang Pyakumbuh". Dalam Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Vol.11 No.2. Payakumbuh, 2021: 01.

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
2.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar ²²	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitiannya pengaruh variabel dari Kualitas Pelayananyaituberpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada BTN(Persero) Tbk Cabang Makassar. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis uji F.
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Dan Loyalitas Nasabah Banco Nacional Comercio Timor Leste (BNCTL) ²³	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil pengujian hipotesiskualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Kualitaspelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan Kepuasanberpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Mengambil Kredit ²⁴	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitiannya adalah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tetapi

²²Arries Madiistriyatno dan Rizki Afdal. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi terhadapKepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin". Salam JurnalJSHP Vol.5 No.2. Banjarmasin, 2021: 107.

²³Meryanti dan Tiurniairi Purba. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Nagoya". Dalam Jurnal EMBA Vol.8 No.3. Batam, 2020: 84.

²⁴ Rahmi Rosita."Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Di Bekasi". Dalam Jurnal Lentera Bisnis Vol.4 No.2. Jakarta,2018: 67.

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
5.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Cabang Pyakumbuh	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitiannya adalah penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank BRI kantor cabang Payakumbuh.
6.	Pengaruh Taksiran Harga, Biaya Pemeliharaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Magetan Memilih Produk Gadai Emas di BSI KCP Magetan MT Haryono 1. ²⁵	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian melalui regresi linier sederhana menunjukkan taksiran harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan biaya pemeliharaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat memilih gadai emas.
7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin ²⁶	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara parsial maupun simultan. Implikasi manajerial hasil penelitian ini.

²⁵ Tri Retnosari, Shinta Maharani, Pengaruh Taksiran Harga, Biaya Pemeliharaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Magetan Memilih Produk Gadai Emas di BSI KCP Magetan MT Haryono 1. *Research Journal of Islamic Banking and Finance* Vol. 2, No. 1 Januari-Juni 2023: 38-51.

²⁶ Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera". Dalam *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* Vol.10 No.2. Banjarmasin, 2021: 24.

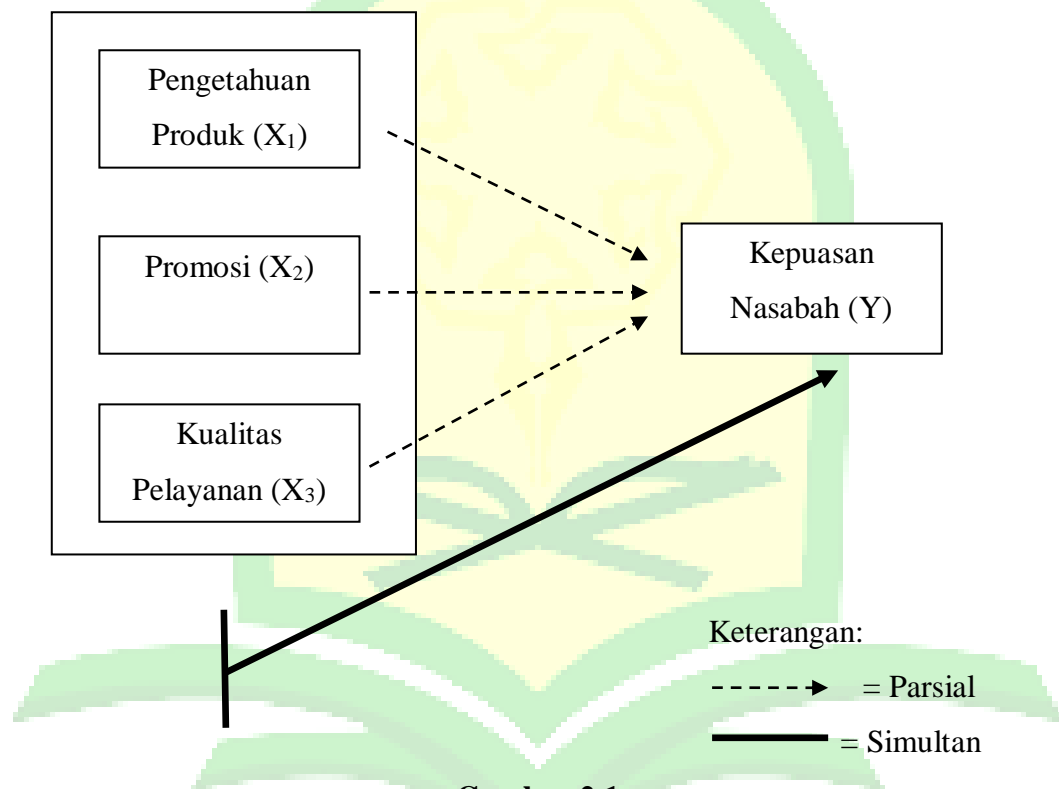
No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
8.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Nagoya	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango Cabang Watampone.
10.	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil Penelitian nya adalah Peneliti memperoleh hasil bahwasannya kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berepengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan
11.	Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil Penelitian nya adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian dimensi kepatuhan, reliabilitas, <i>tangibility</i> , empati, daya tanggap individu.

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
12.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Cabang Pyakumbuh	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank BRI kantor cabang Payakumbuh.
13.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Promosi Variabel terikat: Kepuasan Nasabah	Variabel : Kualitas Kerelasiaan Ruang Lingkup penelitian ini Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara parsial maupun simultan. ²⁷
14.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Nagoya	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Promosi Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 44,5% dan promosi berpengaruh 22,3% terhadap kepuasan pelanggan.
15.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Di Bekasi	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel Terikat: Kepuasan Nasabah	Ruang Lingkup penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KC Madiun.	Hasil disimpulkan kelima variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

²⁷Restu Khaliq. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan." Dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1*. Banjarmasin, 2019: 177-188.

C. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya kerangka pemikiran diturunkan dari beberapa teori maupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan alur pemikiran.²⁸ Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan hasil penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2.1 diketahui bahwa kinerja karyawan di Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun dipengaruhi oleh faktor pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan. Jika pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 66.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih.²⁹

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo dari Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang dan Dosen Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang”. adalah variabel kualitas pelayanan, produk, harga, dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan kepuasan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang. Sebagian, variabel kualitas pelayanan, produk, harga, dan tempat masing-masing berpengaruh positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Satuan Ngesrep Semarang.³⁰

Hasil penelitian Pinky Anjeli, Maslichah Maslichah dan Harun Alrasyid dari Universitas Islam Malang yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan”. Hasil Penelitiannya adalah Peneliti memperoleh hasil bahwasannya kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di

²⁹ Ibid., 68.

³⁰ Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang”

Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.³¹Dengan demikian hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

Ha₁: Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

Ho₁: Pengetahuan produk tidakberpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian milik Meryanti dan Tiurniairi Purba mahasiswa dan dosen program studi manajemen dari Universitas Putera Batam yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Nagoya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif promosi bagi pelanggan kepuasan dan berpengaruh positif juga signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR.³² Dengan demikian hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

Ha₂: Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

Ho₂: Promosi kerja tidakberpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

3. Pengaruh kualitas pelayananterhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian milik Saenawati Oetama dan Desy Herlina Sari dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sampit yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Persero Tbk”. Hasil Penelitian nya adalah secara simultan fasilitas (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

³¹Pinky Anjeli, Maslichah Maslichah dan Harun Alrasyid dari Universitas Islam Malang yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan”.

³²Meryanti dan Tiurniairi Purba. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap

nasabah. Variabel fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y).³³

Hasil penelitian milik Aulia dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar”. Hasil penelitian nya pengaruh variabel dari Kualitas Pelayanyaitu Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan(X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara(Persero) Tbk Cabang Makassar.³⁴Dengan demikian hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

Ha₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

Ho₃ : Kualitas pelayanan tidakberpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

4. Pengetahuan produk, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian milik Arries Madiistriyatno dan Rizki Afdal mahasiswa dari Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Indonesia yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi terhadapKepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara parsialmaupun simultan. Implikasi manajerial hasil penelitian ini, antara lain dapat digunakan sebagai dasar evaluasi manajemen bank untuk memperbaiki serta meningkatkan tingkat kepuasan nasabah, dan kedua, dapat digunakan olehinvestor sebagai salah satu pertimbangan dalam

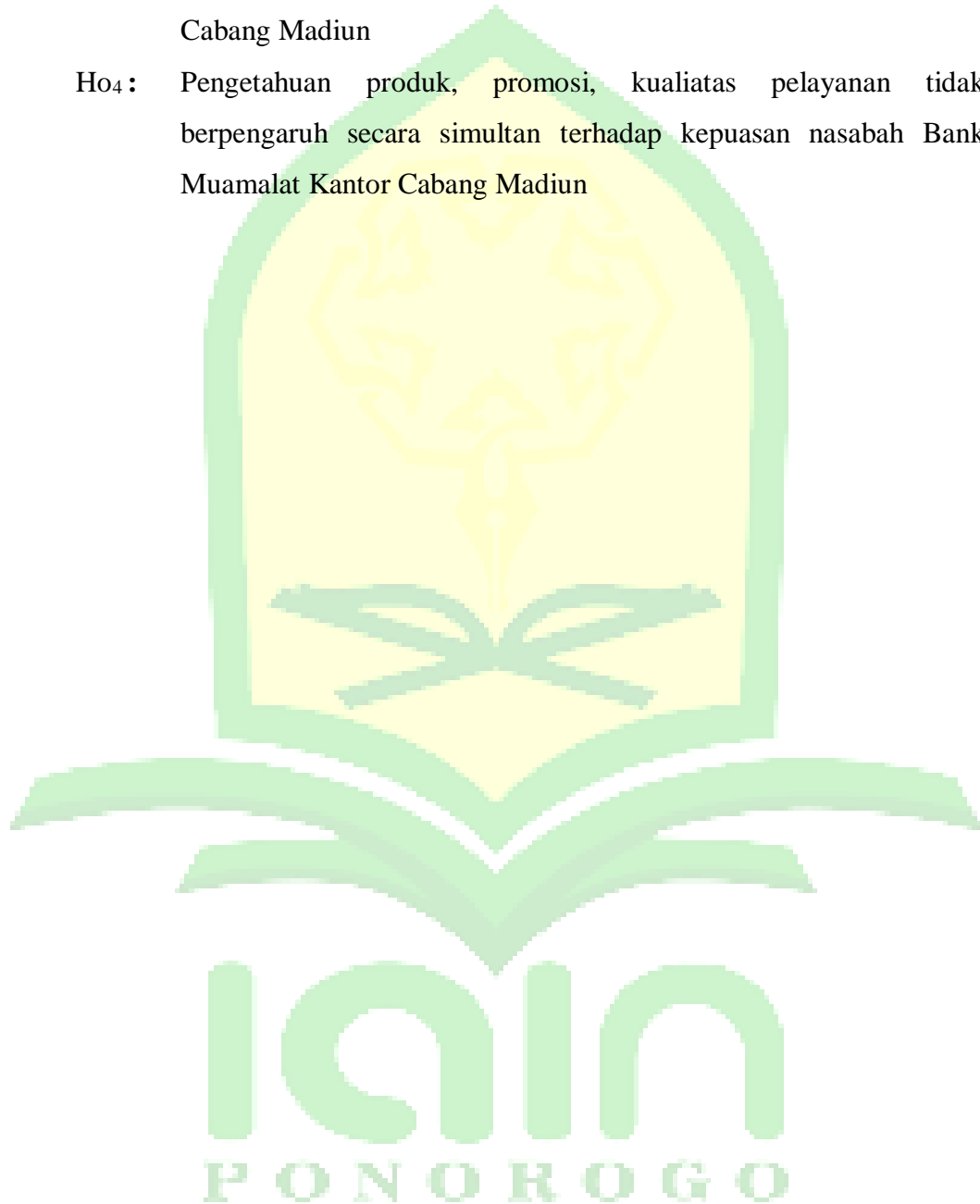
³³Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Saenawati Oetama dan Desy Herlina Sari dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sampit yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Persero Tbk”Nagoya”. *Dalam Jurnal EMBA Vol.8 No.3*. Batam, 2020: 84.

³⁴Aulia dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar”

pengambilan keputusan investasi di sektor perbankan.³⁵Dengan demikian hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

Ha₄: Pengetahuan produk, promosi, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

Ho₄: Pengetahuan produk, promosi, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun



³⁵Arries Madiistriyatno dan Rizki Afdal. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi terhadapKepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin". *Salam JurnalJSHP Vol.5 No.2*. Banjarmasin, 2021: 107.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, yang kemudian terbentuk suatu teori yang berguna untuk meramalkan dan menjelaskan suatu fenomena.³⁶

Penelitian ini dalam penyusunannya menggunakan teknis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian untuk menghasilkan penemuan yang diperoleh dengan prosedur statistika atau dengan cara pengukuran. Lokasi penelitian berada di Bank Muamalat Madiun. Karena penulis ingin meneliti pengaruh pengetahuan produk tabungan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penabung di Bank Muamalat Madiun.

B. Lokasi dan Periode Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. Yang beralamat di Jl. Kolonel Marhadi No.20, Pangongangan, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63129.

C. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan salah satu cara untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Jika yang digunakan bukan rancangan yang seharusnya, kemungkinan besar hipotesisnya tidak terbukti kebenarannya. Tidak terbuktinya kebenaran hipotesis penelitian mungkin pula disebabkan karena rancangan penelitian yang digunakan kurang tepat.³⁷

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan yaitu dengan menggunakan kuesioner sebagai media. Penelitian ini merupakan jenis penelitian non eksperimental yang bersifat eksplanatif, yakni menjelaskan hubungan dua

³⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 49.

³⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), 43.

variabel atau lebih. Subyek penelitian yang akan diteliti adalah nasabah Bank Muamalat Madiun. Sedangkan objek penelitiannya meliputi pengetahuan produk tabungan promosi dan kualitas pelayanan (variabel independen) apakah berpengaruh terhadap kepuasan penabung (variabel dependen).

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat obyek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁸ Jenis-jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat).³⁹ Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah pengetahuan produk tabungan (X_1), promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴⁰ Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah kepuasan penabung (Y).

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 39.

³⁹ *Ibid.*, 39.

⁴⁰ *Ibid.*, 40.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.⁴¹ Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kepuasan Nasabah	Kepuasan juga tergantung pada kualitas pelayanan dimana jika kualitas pelayanan yang di berikan semakin meningkat maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan, begitu pula sebaliknya	Kualitas <i>output</i> Kuantitas <i>output</i> Jangka waktu <i>output</i> Kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun	Robet L. Malthis dan John H. Jackson, <i>Human Resources Management</i> terjemahan Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira.
2.	Pengetahuan Produk	kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.	1. Hubungan Antar Manusia Dengan Manusia 2. Kerjasama 3. Penampilan karyawan 4. Manajemen <i>support</i> 5. Pola komunikasi	Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, <i>Manajemen Pemasaran konsumen dan jasa</i> (Jakarta:Salem ba Empat,2006),95.
3.	Promosi	Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir	1. Ruang gerak 2. Metode	M. Nur Rianto Al Arif, <i>Dasar – Dasar Pemasaran</i>

⁴¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 77.

		setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikan dengan aktivitas pemasaran dengan arti sempit.	Kerja 3. Pengaturan Kerja 4. Tanggung jawab 5. Rekan kerja	Bank Syariah (Alfabeta: Bandung, 2012), 169.
4.	Kualitas Pelayanan	Menurut Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan.	1. Ruang gerak 2. Metode Kerja 3. Pengaturan Kerja 4. Tanggung jawab Rekan kerja	Philip Kotler, Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 46.

E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan, atau dengan kata lain populasi adalah totalitas dari seluruh objek penelitian. Banyaknya objek penelitian yang diteliti disebut dengan ukuran populasi, dimana ukuran tersebut bervariasi tergantung pada jenis populasi yang diteliti.⁴² Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yaitu 1.771 nasabah Bank Muamalat Madiun.

⁴² Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi* (Malang: UB Press, 2017), 14.

2. Sampel

Sampel yaitu subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sedangkan jumlah sampel adalah jumlah elemen yang dimasukkan dalam sampel. Besarnya sampel sangat mempengaruhi banyak faktor antara lain tujuan penelitian, bila penelitian bersifat deskriptif maka umumnya membutuhkan sampel yang besar tetapi jika penelitian hanya menguji hipotesis, dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit.⁴³

Dalam menentukan sampel yang digunakan, peneliti memakai rumus Slovin, sebagai berikut:⁴⁴

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = populasi

e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan (10%)

Perhitungan:

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

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

$$n = \frac{1771}{1 + 1771 \times (0,01)}$$

$$n = \frac{1771}{1 + 17,71}$$

$$n = \frac{1771}{18,71}$$

$$n = 94,5 \text{ dibulatkan menjadi } 95 \text{ nasabah.}$$

⁴³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik,serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2008), 105.

⁴⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 56.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95 nasabah, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang relatif kecil.⁴⁵

3. Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling*, yaitu apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata proporsional.⁴⁶

F. Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

Angket (*Questionnaire*)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Dalam angket ini berisi tentang pernyataan-pernyataan untuk responden yang berkaitan dengan pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan di Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.

G. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional dan skala pengukurannya.⁴⁷ Instrumen penelitian ini adalah

⁴⁵Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 117-118.

⁴⁶ *Ibid.*, 85

⁴⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 98.

kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden.

1. Kisi-kisi pertanyaan

Alat ukur dalam penelitian dengan menggunakan angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang nantinya akan diberikan pada responden. Instrumen yang digunakan untuk melakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indiaktor	No Item
1.	Kepuasan Penabung	1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk 2. Mempertimbangkan untuk memakai produk tabungan 3. Tertarik untuk mencoba 4. Ingin mengetahui produk 5. Ingin memiliki produk	1, 2 3,4 5,6 7, 8, 9,10
2.	Pengetahuan Produk	1. Indikator produk 2. Manfaat fungsional 3. Manfaat psikologis 4. Nilai-nilai yang diperoleh 5. Pola komunikasi	11, 12 13, 14 15, 16, 17, 18, 19, 20
3.	Promosi	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat 4. Penjualan pribadi 5. Pemasaran langsung	21, 22 23, 24 25, 26 27, 28 29, 30
4.	Kualitas Pelayanan	1. Reliability 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Pelayanan dapat dirasakan 5. Perhatian	31, 32 33, 34, 35, 36, 37, 38 39, 40

2. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁴⁸

Tabel 3.3
Skala Pengukuran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur indikator objek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah.⁴⁹ Dengan kata lain, validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen dalam kuesioner benar-benar mengukur apa (objek) yang hendak diukur. Artinya, semakin tinggi validitas suatu instrumen, maka semakin baik pula instrumen tersebut untuk digunakan.⁵⁰ Dalam menentukan valid atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi dengan taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05.⁵¹ Dalam uji validitas ini menggunakan aplikasi SPSS 21.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017), 153.

⁴⁹ Andhita Dessy Wulansari, *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendidikan Praktik dengan Menggunakan SPSS* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2012), 84.

⁵⁰ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 234.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 154.

2. Uji Realibilitas

Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka reliabel.⁵² Reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi untuk analisis datanya. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka analisis regresi bisa dilakukan.

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas berfungsi untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.⁵³

b. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada

⁵² Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Putaka Baru Press, 2015), 110.

⁵³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 225.

periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain.⁵⁴

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap uji *Durbin Watson* (uji DW), dengan ketentuan seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4
Kriteria Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol (H_0)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - d_U < d < 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Terima	$d_U < d < 4 - d_U$

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antarvariabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas *tolerance value* > 0, yaitu 1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.⁵⁵

⁵⁴ Ibid., 158.

⁵⁵ Ibid., 227.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁵⁶ Langkah yang harus dilakukan untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman.⁵⁷ Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.⁵⁸

2. Analisis Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan regresi dengan menggunakan satu variabel bebas sebagai penaksir perubahan variabel terikat. Dengan kata lain, analisis regresi linier sederhana adalah proses mengestimasi (menaksir) sebuah fungsi hubungan antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X). Persamaan regresi linier sederhana adalah:⁵⁹

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Penabung

X = pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan

b = koefisien variabel X

α = konstanta

ε = *standard error*

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam

⁵⁶ Ibid., 226.

⁵⁷ Agus Widarjono, *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), 120.

⁵⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 226.

⁵⁹ Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017), 162.

hal ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat penabung. Selain itu juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:⁶⁰

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Minta Penabung

B₁ = Pengetahuan Produk

X₂ = Promosi

X₃ = Kualitas Pelayanan

B₂ = Koefisien regresi Pengetahuan Produk (X₁)

X₂ = Koefisien regresi Promosi (X₂)

X₃ = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X₃)

α = Konstanta

ϵ = standar error

3. Pengujian Hipotesis

Analisis data menggunakan pengujian regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat penabung pada bank muamalat cabang Madiun. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Syarat yang harus diperhatikan dalam menganalisa hasil Uji t adalah sebagai berikut. Jika harga $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka setiap variabel bebas yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. dan sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka setiap variabel bebas yang diteliti tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁶¹

⁶⁰ Ibid., 160.

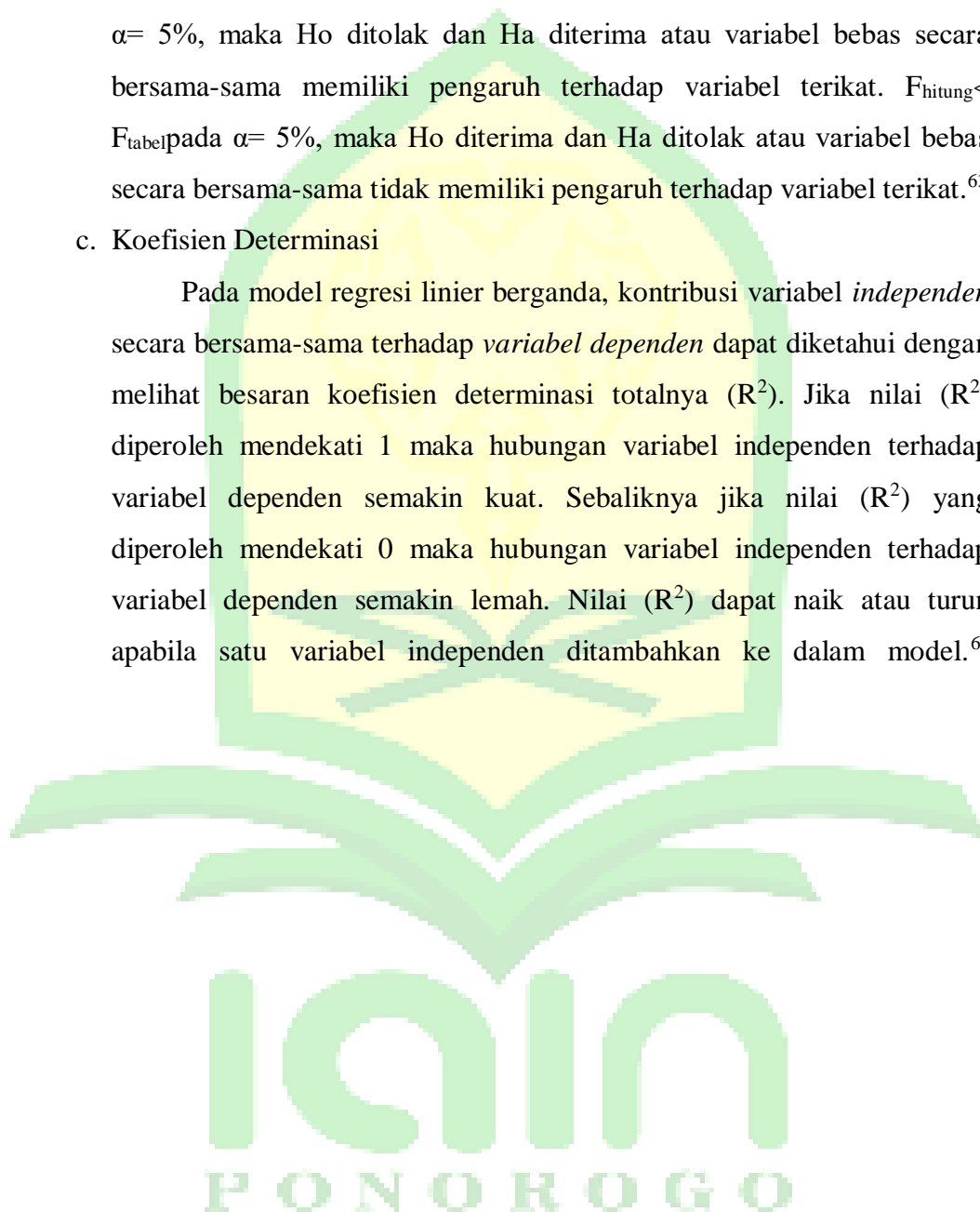
⁶¹ Asep Saefudin, dkk, *Statistika Dasar* (Jakarta: Grasindo, 2009), 87.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).⁶² $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.⁶³

c. Koefisien Determinasi

Pada model regresi linier berganda, kontribusi variabel *independen* secara bersama-sama terhadap *variabel dependen* dapat diketahui dengan melihat besaran koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika nilai (R^2) diperoleh mendekati 1 maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya jika nilai (R^2) yang diperoleh mendekati 0 maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Nilai (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.⁶⁴



⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 284.

⁶³E. Caroline, *Metode Kuantitatif* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 43.

⁶⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), 43.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

J. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat

Perseroan merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.

Anggaran Dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir perubahan Anggaran Dasar yang dirumuskan pada Akta No. 18 tanggal 28 Januari 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 31 Januari 2022 No. AHU-AH.01.03-0070769 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 10 tanggal 3 Februari 2022 Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 004853. BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia.

Perseroan telah memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan

Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S 9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Madiun

Kantor cabang Bank Muamalat di daerah Kota Madiun, provinsi Jawa Timur merupakan salah satu kantor cabang Bank Muamalat. Kantor ini

melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Muamalat seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit kepemilikan rumah atau KPR bank Muamalat, hingga mobile online banking. Segera kunjungi kantor bank Muamalat terdekat ini, kontak call center atau customer service, atau akses website bank Muamalat untuk informasi lebih lanjut.

3. Visi dan Misi

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misinya masing-masing. Menurut Pontas M. Pardede, visi menunjukkan suatu keadaan atau tingkat prestasi yang diinginkan atau diharapkan oleh organisasi atau perusahaan akan terwujud pada suatu titik waktu tertentu di masa yang akan datang.⁶⁵

Visi berbentuk suatu cita-cita pemilik atau pengelola suatu perusahaan tentang perusahaan tersebut. Atau dapat dikatakan visi merupakan pernyataan *want to be* organisasi atau perusahaan. Dan visi juga merupakan hal yang krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang.

Sedangkan misi menunjukkan apa yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, misi menggambarkan tujuan umum organisasi dalam jangka panjang. Adapun visi, misi dan diferensiasi dari Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut: Visi Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

Misi Menjadi role model lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi stakeholder:

Diferensiasi

Institusi islam yang berkiprah di dalam bidang keuangan, bukan sekedar bank yang dijalankan dengan system syariah, akhlak dan akidah.

⁶⁵Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 79.

a. Visi Bank Muamalat Indonesia

“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”

b. Misi Bank Muamalat Indonesia

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif.

c. Motto Bank Muamalat Indonesia

Motto Bank Muamalat Indonesia adalah “Pertama Murni Syari’ah.

4. Struktur Organisasi dan Pembagian Kerja Bank Muamalat

a. *Branch Manager*

Branch Manager merupakan pimpinan kantor cabang yang bertanggung jawab atas pencapaian dan kinerja cabang dengan melakukan perencanaan, monitoring dan evaluasi fungsi dan pencapaian sales, covering areadan pengelolaan customer untuk memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan.

b. Manager Operasional

Tugas:

- 1) Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang dibawahnya, (Teller, Pembukuan, CS, Administrasi dan Legal, kepada Kantor Kas, Bagian Umum Personalia.
- 2) Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional cabang.
- 3) Bertanggung jawab terhadap berbagai bentuk laporan, seperti transaksiharian, rekening nasabah dan mutasi keuangan.
- 4) Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.
- 5) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan pimpinan.
- 6) Menciptakan system pendukung operasional yang tangguh sehingga mampu memberikan pelayanan yang cepat, aman dan memuaskan bagi nasabah.

c. Residence Auditor

Tugas:

- 1) Melakukan pengecekan atas kebenaran dan kelengkapan.
- 2) Bertanggung jawab melaporkan hasil temuan zero defect ke kantor pusat sebulan sekali.
- 3) Melakukan stock terhadap barang-barang persediaan sebulan sekali.
- 4) Memastikan pelaksanaan tugas-tugas dibagian operasi sesuai prosedur yang berlaku.
- 5) Bertanggung jawab melakukan pemeriksaan ulang secara random terhadap data pada statement Rekening Koran sebelum dikirim dan dibuat laporan berita acara pemeriksaannya.

d. Coord Of Financing

Tugas:

- 1) Bertanggung jawab pada Branch Manager tentang kinerja marketing pembiayaan dalam mencapai target yang telah ditentukan.
- 2) Menjadi jembatan untuk memudahkan koordinasi antara Account Manager dan Branch Manager.

e. Coord Of Funding

Tugas:

- 1) Bertanggung jawab pada Branch Manager tentang kinerja marketing funding dalam mencapai target yang telah ditentukan.
- 2) Menjadi jembatan untuk memudahkan koordinasi antara Relationship Manager dengan Branch Manager.

f. Back Office

Tugas:

- 1) Membuat Voucher Input Transaksi (debit/kredit)
- 2) Membuat laporan data transaksi
- 3) Melaksanakan transaksi Inkaso dan Kliring
- 4) Accounting
- 5) Controlling
- 6) *I.T. Systemg.*

g. Head Teller dan Teller

Tugas:

- 1) Seorang Teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi baik (alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu pulpen, dsb).
- 2) Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah memberi greeting (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terimakasih jika sudah selesai), memberikan senyuman di awal dan akhir pertemuan.
- 3) Jika ada nasabah ingin setor tunai maka Teller wajib menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan penghitungan uang di depan nasabah.
- 4) Setelah selesai proses setor/tarik tunai Teller wajib memberikan slip kuitansi kepada nasabah dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.
- 5) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di system dengan kas yang diterimanya.

h. Umum dan Personalia

Tugas:

- 1) Tugas umumnya adalah melaksanakan aktivitas pemasaran pada umumnya sesuai dengan kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa non bank berikut pegawai dan pelayanan nasabah.
- 2) Tugas hariannya adalah melayani segala pembelian kebutuhan dan keperluan kantor serta pencatatan transaksi yang dilakukan dengan bagian yang terkait, melakukan penginputan dan pembebanan biaya terkjadi dalam aktivitas sehari-hari dan biaya-biaya transaksi yang terkait dengan rekening antar bagian Umum, melakukan pemeriksaan terhadap laporan security setiap awal hari kerja, memeriksa kesiapan dan keberadaan kendaraan kantor setiap hari kerja, melakukan koordinasi terhadap penggunaan kendaraan kantor dalam kegiatan operasi perusahaan sehari-hari.

K. Hasil Analisis dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan uji coba kuesioner terlebih dahulu yang diberikan kepada 95 responden dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*corrected item total correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Kriteria uji validitas adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,361$), maka item pernyataan valid.

Berikut akan disajikan dalam tabel 4.1 hasil uji validitas dari tiap variabel.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
PP1	0,619	0,361	Valid
PP2	0,882	0,361	Valid
PP3	0,466	0,361	Valid
PP4	0,886	0,361	Valid
PP5	0,841	0,361	Valid
PP6	0,875	0,361	Valid
PP7	0,590	0,361	Valid
PP8	0,892	0,361	Valid
PP9	0,841	0,361	Valid
PP10	0,565	0,361	Valid
PP11	0,570	0,361	Valid
PP12	0,695	0,361	Valid
PP13	0,733	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui seluruh item pernyataan variabel pengetahuan produk (X_1) dinyatakan valid karena memiliki nilai *corrected item-total correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi, dapat dikatakan bahwa item pernyataan variabel pengetahuan produk (X_1) valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X₂)

Item Pernyataan	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keputusan
P1	0,594	0,361	Valid
P2	0,627	0,361	Valid
P3	0,586	0,361	Valid
P4	0,727	0,361	Valid
P5	0,727	0,361	Valid
P6	0,686	0,361	Valid
P7	0,682	0,361	Valid
P8	0,719	0,361	Valid
P9	0,654	0,361	Valid
P10	0,717	0,361	Valid
P11	0,709	0,361	Valid
P12	0,743	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui seluruh item pernyataan variabel promosi (X₂) dinyatakan valid karena memiliki nilai *corrected* item-total *correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi, dapat dikatakan bahwa item pernyataan variabel promosi (X₂) valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Item Pernyataan	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keputusan
KP1	0,610	0,361	Valid
KP2	0,698	0,361	Valid
KP3	0,765	0,361	Valid
KP4	0,556	0,361	Valid
KP5	0,686	0,361	Valid
KP6	0,727	0,361	Valid
KP7	0,764	0,361	Valid
KP8	0,655	0,361	Valid
KP9	0,700	0,361	Valid

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
KP10	0,732	0,361	Valid
KP11	0,602	0,361	Valid
KP12	0,592	0,361	Valid
KP13	0,670	0,361	Valid
KP14	0,743	0,361	Valid
KP15	0,646	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui seluruh item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X_3) dinyatakan valid karena memiliki nilai *corrected* item-total *correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi, dapat dikatakan bahwa item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X_3) valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
KN1	0,798	0,361	Valid
KN2	0,756	0,361	Valid
KN3	0,638	0,361	Valid
KN4	0,764	0,361	Valid
KN5	0,750	0,361	Valid
KN6	0,769	0,361	Valid
KN7	0,754	0,361	Valid
KN8	0,729	0,361	Valid
KN9	0,621	0,361	Valid
KN10	0,725	0,361	Valid
KN11	0,644	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui seluruh item pernyataan variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid karena memiliki nilai *corrected* item-total *correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi, dapat dikatakan bahwa item pernyataan variabel kepuasan nasabah (Y) valid dan dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner disebut reliabel apabila jawaban dari pernyataan adalah konsisten atau tidak berubah dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai *cronbach alpha* > 0,60.

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5

**Hasil Uji Reliabilitas
Pengetahuan Produk**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,927	13

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.6

**Hasil Uji Reliabilitas
Promosi**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	12

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.7

**Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	15

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

P O N O R O G O

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas
Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,909	11

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.9
Hasil Rekap Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cornbach Alpha</i>	<i>Cross of Value</i>	Keputusan
Pengetahuan Produk (X ₁)	0,927	0,60	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,895	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,916	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,909	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas semua variabel diketahui memiliki nilai *croncbach alpha* > 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

L. Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Muamalat Madiun berjumlah 95 nasabah dengan deskripsi sebagai berikut.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.10
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	55	54.0	54.0	54.0
Perempuan	40	46.0	46.0	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.10, secara umum responden pada penelitian ini didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 54%, dan perempuan sebesar 46%.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Nasabah

Tabel 4.11
Usia nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-23 Tahun	11	22.0	22.0
	24-28 Tahun	28	30.0	52.0
	29-33 Tahun	31	26.0	96.0
	39-43 Tahun	15	18.0	70.0
	44-48 Tahun	10	4.0	100.0
	Total	95	100.0	100.0

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.11, secara umum responden pada penelitian ini adalah berusia 44–48 tahun sebesar 4%, selanjutnya responden yang berusia 39–43 tahun dengan jumlah 18%. Responden dengan rentang usia 29-33 tahun menempati peringkat ketiga dengan jumlah 26%, yang kedua responden yang paling banyak yaitu berusia 24-28 dengan jumlah 30% sisanya adalah responden berusia 19–23 tahun yang berkisar 22%.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Nasabah

Tabel 4.12
Pendidikan Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	37	36.0	52.0
	S1	46	48.0	100.0
	SMA	17	16.0	16.0
	Total	95	100.0	100.0

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.12, mayoritas responden berpendidikan S1 yaitu berkisar 48%. Responden yang berpendidikan D3 berkisar 36% dan responden yang berpendidikan SMA berkisar 16%.

M. Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas untuk menguji apakah residual yang diperoleh pada penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas residual dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,22082433
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,048
	Positive	,048
	Negative	-,032
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas diketahui bahwa nilai signifikan *Kolmogorov Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Hasil perhitungan nilai *Durbin Watson* ditunjukkan pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.923 ^a	.852	.846	2.701	2.313

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.15
Hasil Rekap Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	dU	4-dU	
2,313	1,628	2,372	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.15 menunjukkan nilai *Durbin Watson* yang diperoleh sebesar 2,313 terletak di antara nilai dU (1,628) dan nilai 4-dU (2,372). Artinya tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi non multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila variabel independen nilai VIF < 10, maka tidak terjadi kasus multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas ditunjukkan pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,672	3,485		1,915	,059		
Produk (X1)	,241	,059	,326	4,064	,000	,792	1,263
Promosi (X2)	,282	,070	,328	4,040	,000	,771	1,297
Kualitas Pelayanan (X3)	,223	,053	,324	4,247	,000	,872	1,147

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.17
Hasil Rekap Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X_1	0,792	1,263	Tidak terjadi multikolinieritas
X_2	0,771	1,297	Tidak terjadi multikolinieritas
X_3	0,872	1,147	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa nilai VIF kurang dari 10 pada semua variabel bebas kurang dari 10. Artinya model regresi bebas dari multikolinieritas, dengan demikian asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen memengaruhi variabel independen. Apabila hasil uji diatas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 4.18.

Tabel 4.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,046	2,015		1,512	,134
Produk (X1)	,022	,034	,074	,645	,521
Promosi (X2)	,047	,040	,137	1,177	,242
Kualitas Pelayanan (X3)	-,052	,030	-,187	1,701	,092

a. Dependent Variable: Abs_res

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Tabel 4.19
Hasil Rekap Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	A	Keterangan
X ₁	0,521	0,05	Tidak ada pengaruh
X ₂	0,242	0,05	Tidak ada pengaruh
X ₃	0,092	0,05	Tidak ada pengaruh

Dari Tabel 4.19, menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,05 (alpha 5%), yang berarti tidak ada pengaruh variabel minat penabung terhadap pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

2. Analisis Linier Sederhana

a. Pengaruh pengetahuan produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

1) Model regresi

Tabel 4.20
Hasil Uji Pengaruh X_1 Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.483	2.522		4.157	.000
Pengetahuan Produk	.641	.053	.868	12.139	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.20 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 10,483 + 0,641X_1 + \varepsilon$$

Keterangan:

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 10,483 menunjukkan bahwa apabila variabel pengetahuan produk diasumsikan nol atau tidak ada maka minat penabung adalah sebesar 10,483 satuan.

b) Konstanta (b_1) untuk variabel X_1 (Pengetahuan Produk)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,641. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan produk (X_1) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika pengetahuan produk ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

2) Uji t

Berdasarkan Tabel 4.20, pengujian pengaruh X_1 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada

pengaruh pengetahuan produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara signifikan.

3) Koefisien determinasi

Tabel 4.21
Mode Summary Variabel X_1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.523	4,28983

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X_3), Produk (X_1), Promosi (X_2)

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.21, dapat diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana besarnya 0,733 yang berarti menunjukkan hubungan antara pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah sebesar 73,3%. Sedangkan nilai R^2 pada *R Square* yaitu sebesar 0,538 atau 53,8% yang artinya bahwa variabel independen pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,523 sedangkan 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

b. Pengujian pengaruh promosi (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

1) Model regresi

Tabel 4.22
Hasil Uji Pengaruh X_2 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.598	2.546		6.911	.000
	Promosi	.558	.060	.800	9.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.22 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 17,598 + 0,558X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 17,598 menunjukkan bahwa apabila variabel promosi diasumsikan nol atau tidak ada maka minat penabung adalah sebesar 17,598 satuan.

b) Konstanta (b_1) untuk variabel X_2 (Promosi)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,558. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel promosi (X_2) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika promosi ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

2) Uji t

Berdasarkan Tabel 4.22, pengujian pengaruh X_2 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh promosi (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara signifikan.

3) Koefisien determinasi

Tabel 4.23

Model Summary Variabel X_2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.641	.633	4.169

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.23, dapat diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana besarnya 0,800 yang berarti menunjukkan hubungan antara promosi terhadap kepuasan nasabah sebesar 80,0%. Sedangkan nilai R^2 pada *R Square* yaitu sebesar 0,641 atau 64,1% yang artinya bahwa variabel independen promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah sebesar 4,1% sedangkan 35,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Pengujian pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

a. Model regresi

Tabel 4.24
Hasil Uji Pengaruh X_3 Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.678	2.326		6.822	.000
Kualitas Pelayanan	.556	.062	.887	9.233	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.24 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 16,678 + 0,556X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

c) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 16,678 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan diasumsikan nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah adalah sebesar 16,678 satuan.

d) Konstanta (b_1) untuk variabel X_3 (Kualitas Pelayanan)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,558. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

i. Uji t

Berdasarkan Tabel 4.22, pengujian pengaruh X_3 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada

pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara signifikan.

j. Koefisien determinasi

Tabel 4.25
Model Summary Variabel X_3

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.642	.613	4.170

a. Predictors: (Constant), Minat Penabung

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.25, dapat diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana besarnya 0,868 yang berarti menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 86,8%. Sedangkan nilai R^2 pada R Square yaitu sebesar 0,642 atau 64,2% yang artinya bahwa variabel independen promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah sebesar 64,2% sedangkan 36,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model regresi

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y , serta mengetahui diantara variabel X tersebut yang paling dominan memengaruhi variabel Y . Hasil koefisien model regresi linier berganda dilihat pada Tabel 4.26.

Tabel 4.26
Hasil Estimasi Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,672	3,485		1,915	,059
Produk (X_1)	,241	,059	,326	4,064	,000
Promosi (X_2)	,282	,070	,328	4,040	,000
Kualitas Pelayanan (X_3)	,223	,053	,324	4,247	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 4.26 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,672 + 0,241X_1 + 0,282X_2 + 0,223X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

1) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 6,672 menunjukkan bahwa, apabila variabel pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan diasumsikan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 6,672 satuan.

2) Konstanta (b_1) untuk variabel X_1 (Pengetahuan Produk)

Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,241. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pengetahuan produk (X_1) dengan variabel minat penabung (Y). Apabila pengetahuan produk semakin baik maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

3) Konstanta (b_1) untuk variabel X_2 (Promosi)

Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,282. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel promosi (X_2) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Apabila promosi semakin baik maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

4) Konstanta (b_1) untuk variabel X_3 (Kualitas Pelayanan)

Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,223. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan nasabah menjadi meningkat.

b. Uji F

Uji ini dilakukan untuk menguji sesuai tidaknya model regresi yang dihasilkan guna melihat pengaruh dari pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat penabung. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau maka H_0 ditolak sehingga model regresi yang diperoleh layak atau signifikan. Hasil Uji Kesesuaian Model atau Uji F dengan menggunakan

alat bantu komputer dengan program IBM SPSS 20.0 ditunjukkan pada Tabel 4.27.

Tabel 4.27
ANOVA

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1948,346	3	649,449	35,291	,000 ^b
Residual	1674,644	91	18,403		
Total	3622,989	94			

a. Dependent Variable: Minat Penabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Produk (X1), Promosi (X2)

Sumber: Data diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan hasil output yang ditampilkan pada Tabel 4.27 dapat dijelaskan bahwa Nilai $F_{hitung} > F_{tabel(0,05;3;68)}$ ($35,291 > 2,74$), sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh secara simultan terhadap Y.

c. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y secara parsial. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap Y. Hasil Uji t dapat dilihat pada Tabel 4.28.

Tabel 4.28

Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,672	3,485		1,915	,059
Produk (X1)	,241	,059	,326	4,064	,000
Promosi (X2)	,282	,070	,328	4,040	,000
Kualitas Pelayanan (X3)	,223	,053	,324	4,247	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.28 dapat dijelaskan hasilujit sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.28, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan produk sebesar $0,000 > 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.
- 2) Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.28, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 > 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.
- 3) Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.28, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 > 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

d. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar pengaruh dari X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y dapat diketahui dengan menghitung nilai *R square*. Nilai *R square* hasil pengujian regresi dapat dilihat padaTabel 4.25.

Tabel 4.30

Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.523	4,28983

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Produk (X1), Promosi (X2)

Sumber: Data diolah SPSS, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.30, dapat diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier berganda besarnya 0,733 yang berarti menunjukkan hubungan antara pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat penabung sebesar 73,3%. Sedangkan nilai R^2 pada *R Square* yaitu sebesar 0,538 atau 53,8% yang artinya variabel independen yakni pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan

berpengaruh secara simultan kepuasan nasabah sebesar 53,2%, sedangkan 14,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

N. Pembahasan

Dari hasil penelitian secara statistik dapat terlihat secara simultan keseluruhan variabel dependen yaitu pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Madiun. Penjelasan mengenai masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dari ($\alpha = 5\%$), sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian jurnal milik *Pinky Anjeli, Maslichah Maslichah dan Harun Alrasyid dari Universitas Islam Malang yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan"*. Hasil penelitiannya adalah Peneliti memperoleh hasil bahwasannya kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.

2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dari ($\alpha = 5\%$), sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian tersebut senada dengan hasil penelitian Restu Khaliq dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan*" dalam *Jurnal Manajemen*

dan *Bisnis Vol.2 No.1*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara parsial maupun simultan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara signifikan.

Hasil penelitian tersebut senada dengan hasil penelitian Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera” dalam *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan Vol.10 No.2. Banjarmasin, 2021: 24*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasiaan, dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara parsial maupun simultan. Implikasi manajerial hasil penelitian ini.

4. Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Madiun. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel(0,05;3;68)}$ ($35,291 > 2,74$), sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh secara simultan terhadap Y.

Selain itu, dilihat dari nilai R dalam regresi linier berganda besarnya 0,733 yang berarti menunjukkan hubungan antara pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 73,3%. Sedangkan nilai R^2 pada R^2 Square yaitu sebesar 0,538 atau 53,8% yang artinya variabel independen yakni pengetahuan produk, promosi dan

kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan kepuasan nasabah sebesar 53,8%, sedangkan 14,8% dipengaruhi oleh faktor lain.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Begitu pula dengan hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang diartikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dari ($\alpha = 5\%$), sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung Bank Muamalat Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Begitu juga dengan hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang menandakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dari ($\alpha = 5\%$), sehingga H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung Bank Muamalat Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{01}

ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara signifikan.

3. Secara simultan, pengetahuan produk, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Madiun. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel(0,05;3;68)} (35,291 > 2,74)$, sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh secara simultan terhadap Y .

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Madiun penulis menyarankan:

1. Kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun sangat berpengaruh untuk meningkatkan pelayanan yang ada di lingkungan Bank Muamalat. Maka dari itu Bank Muamalat harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan apakah sudah baik, promosi apakah sudah menjangkau seluruh Masyarakat, pengetahuan produk apakah nasabah sudah mengetahui produk apa yang mereka gunakan untuk sehari-hari melakukan transaksi di Bank Muamalat.
2. Kualitas Pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari kuesioner yang disebarkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu Bank Muamalat harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah merasa sangat puas melakukan transaksi di Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.
3. Pengetahuan Produk. Hal ini dapat dilihat dari nasabah ada yang belum mengetahui beberapa produk yang dikeluarkan Bank Muamalat. Hal ini dikarenakan pengetahuan produk yang diberikan karyawan terhadap nasabah kurang, penulis mengharapkan kedepannya harus memperhatikan pengetahuan produk agar nasabah paham secara detail produk tabungan apa yang mereka gunakan.

4. Promosi. Dalam hal ini Bank Muamalat harus meningkatkan promosi secara langsung maupun melalui social media. Dikarenakan semakin banyaknya nasabah yang bertambah maka nasabah juga harus mengetahui apa saja produk yang dipasarkan Bank Muamalat. Promosi dilakukan agar nasabah semakin tertarik membuka tabungan di Bank Muamalat. Dengan adanya promosi Bank Muamalat juga lebih dikenal dikalangan Masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta Rajawali Pers. 2012

Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah, Aswaja Pressindo*. Yogyakarta. 2014.

Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta: Bandung. 2012.

Fatmawati, Wahyuni Nada. *Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat KC Madiun)*. Ponorogo : FEBI Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2021.

Aprianto, Ronal. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini. 2016.

Tjiptono, Fandy. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset. 2005.

Martin, William B. *Pelayanan pelanggan yang bermutu: Seni memperlakukan pelanggan sebagai tamu* . Jakarta: Binarupa Aksara:1991.

Kotler, Philip . *Manajemen Pemasaran* Jilid. 143-144.

Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah Aswaja Pressindo*. Yogyakarta. 2014.

Firmansyah, M Anang. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018.

Hanjaya, *Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keagamaan Menu terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte*. 180.

dan A. Hamdani, Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat. 2008.

wulandari, Ririn dkk. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Yogyakarta: CV. Nas Media Pustaka. 2020.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2003.

Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Wahyudi, Setyo Tri. *Statistika Ekonomi*. Malang: UB Press. 2017.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2008.

Asnawi Nur dan Masyhuri. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press. 2011.

Wulansari, Andhita Dessy. *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendidikan Praktik dengan Menggunakan SPSS*. Ponorogo: STAIN Po Press. 2012.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.

Widarjono, Agus. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2017.

E. Caroline, *Metode Kuantitatif*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 43.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), 43.

Pardede, Pontas M. *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.

Jurnal :

Madiistriyatno Arries dan Rizki Afdal. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kereliasan, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin”. Salam Jurnal JSHP Vol.5 No.2. Banjarmasin, 2021.

Meryanti dan Purba.Tiurniairi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Dana Nagoya”. Dalam Jurnal EMBA Vol.8 No.3. Batam. 2020.

Rosita, Rahmi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Di Bekasi". Dalam *Jurnal Lentera Bisnis Vol.4 No.2*. Jakarta. 2018.

Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera". Dalam *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan Vol.10 No.2*. Banjarmasin, 2021: 24.

Restu Khaliq. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan." Dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1*. Banjarmasin, 2019: 177-188.

Putri Rumastari Rizka dan Aris Sunindyo dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang"

Pinky Anjeli, Maslichah Maslichah dan Harun Alrasyid dari Universitas Islam Malang yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan".

Arries Madiistriyatno dan Rizki Afdal. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kereliasan, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin". *Salam Jurnal JSHP Vol.5 No.2*. Banjarmasin, 2021: 107.



LAMPIRAN

Tabel Pertanyaan 5.1

Kepuasan Nasabah (Y)

NO	Kepuasan Nasabah	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya aktif mencari informasi mengenai produk tabungan di sosial media	1	2	3	4	5
2.	Saya sering bertanya ke tim marketing mengenai apa benefit menabung di bank muamalat	1	2	3	4	5
3.	Setelah mendapat info saya berminat mengetahui tentang apa saja yang ada pada bank muamalat	1	2	3	4	5
4.	Saya mulai merencanakan untuk membuka rekening lagi	1	2	3	4	5
5.	Saya tiba-tiba tertarik mengajak orang lain untuk mencoba menabung di bank muamalat	1	2	3	4	5
6.	Saya ingin mencoba membuka tabungan untuk haji	1	2	3	4	5
7.	Ingin mengetahui produk apa saja yang ada di bank muamalat	1	2	3	4	5
8.	Saya sangat mengetahui produk tabungan apa yang saya gunakan saat ini	1	2	3	4	5
9.	Saya ingin membuka produk tabungan lain	1	2	3	4	5
10.	Saya tidak ingin membuka produk tabungan yang lain nya	1	2	3	4	5

Tabel Pertanyaan 5.2
Variabel Pengetahuan Produk (X₁)

NO	Pengetahuan Produk	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui produk tabungan apa yang saya pakai saat ini	1	2	3	4	5
2.	Saya Saya tidak mengetahui produk tabungan apa yang saya pakai saat ini	1	2	3	4	5
3	Manfaat tabungan yang saya punya sudah jelas saya ketahui	1	2	3	4	5
4.	Saya tidak begitu faham apa manfaat dari tabungan yang ada di bank muamalat	1	2	3	4	5
5.	Menabung di bank muamalat menguntungkan nasabah	1	2	3	4	5
6.	Nasabah memperoleh keuntungan saat mengetahui produk tabungan bank muamalat	1	2	3	4	5
7.	Nasabah tidak memperoleh keuntungan saat mengetahui produk tabungan bank muamalat	1	2	3	4	5
8.	Saya tidak merasa mendapatkan nilai-nilai dari mengetahui produk yabungan bank muamalat	1	2	3	4	5
9.	Tim marketing kurang menyampaikan tentang produk tabungan yang ada di bank muamalat	1	2	3	4	5
10.	Nasabah dan tim marketing kurang adanya komunikasi tentang pengetahuan produk	1	2	3	4	5

Tabel Pertanyaan 5.3**Variabel Promosi (X₂)**

NO	Promosi	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank muamalat sudah mengiklankan produk tabungan nya secara luas	1	2	3	4	5
2.	Bank muamalat tidak mengiklankan produk tabungan nya secara luas	1	2	3	4	5
3.	Media sosial digunakan untuk mempromosikan produk tabungan yang ada di bank muamalat	1	2	3	4	5
4.	Tim marketing menjelaskan secara detail tentang produk tabungan yang ada di banj muamalat	1	2	3	4	5
5.	Tim marketig sudah sopan dan menggunakan SOP dalam memasarkan produk	1	2	3	4	5
6.	Saya dipaksa melihat dan memperhatikan tim marketing dalam memasarkan produk tabungan	1	2	3	4	5
7.	Saya tidak merasa dipaksa melihat dan memperhatikan tim marketing dalam memasarkan produk tabungan	1	2	3	4	5
8.	Tim marketing datang menemui saya untuk memasarkan produk tabungan bank muamalat	1	2	3	4	5
9.	Saat bertemu pegawai bank muamalat, saya selalu ditawarkan produk tabungan yang lain	1	2	3	4	5
10.	Saya tidak dijelaskan tentang produk tabungan bank muamalat	1	2	3	4	5

Tabel Pertanyaan 5.4
Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

NO	Kualitas Pelayanan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa dilayani dengan sangat baik saat berkunjung di bank muamalat	1	2	3	4	5
2.	Saya tidak merasa dilayani dengan sangat baik saat berkunjung di bank muamalat	1	2	3	4	5
3.	Satpam yang ada di bank muamalat tidak tanggap terhadap nasabah yang datang	1	2	3	4	5
4.	Pelayanan yang kurang prima karena pegawai sedikit	1	2	3	4	5
5.	Saya merasa menunggu lama saat mengantri di bank muamalat	1	2	3	4	5
6.	Saya tidak merasa menunggu lama saat mengantri di bank muamalat	1	2	3	4	5
7.	Pegawai bank muamalat kurang memperhatikan nasabah	1	2	3	4	5
8.	Saya merasa diperhatikan dengan sangat baik oleh pegawai bank muamalat	1	2	3	4	5
9.	Saya tidak mendapat tempat duduk saat mengantri di bank muamalat	1	2	3	4	5
10.	Perhatian semua pegawai tertuju pada nasabah yang datang	1	2	3	4	5

Tabel Hasil Kuesioner
Variabel Produk (X₁)

no	Produk (X ₁)													total x ₁
	x _{1.1}	x _{1.2}	x _{1.3}	x _{1.4}	x _{1.5}	x _{1.6}	x _{1.7}	x _{1.8}	x _{1.9}	x _{1.10}	x _{1.11}	x _{1.12}	x _{1.13}	
1	5	3	3	4	5	3	5	3	5	5	3	3	4	51
2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	44
3	5	3	3	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	49
4	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	1	29
5	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	31
6	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	44
7	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	59
8	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	59
9	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	52
10	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	3	3	45
11	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	59
12	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	59
13	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
14	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
15	2	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	44
16	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	56
17	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	60
18	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	59
19	3	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	47
20	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	55
21	5	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	53
22	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	62
23	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	2	2	50
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	51
25	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	45
26	3	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	47
27	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	59
28	3	2	4	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3	36
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
30	2	3	5	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	46
31	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	42
33	2	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	2	2	42
34	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
38	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	46
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	38

40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	49
41	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	42
42	4	3	5	3	3	3	5	3	3	5	4	4	4	49
43	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	37
44	3	2	5	2	2	2	5	2	2	5	3	3	3	39
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	49
46	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2	42
47	4	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	48
48	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	45
49	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	43
50	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	43
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	41
52	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	48
53	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	51
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
55	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	46
56	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	44
57	3	2	4	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3	36
58	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	41
59	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	55
60	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	40
61	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	3	2	3	34
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	50
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
65	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	38
66	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	40
67	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	42
68	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	39
69	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	43
70	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	39
71	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	48
72	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	44
73	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	43
74	3	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	3	3	37
75	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	60
76	2	2	5	2	2	2	5	2	2	5	3	2	2	36
77	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	46
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
79	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	4	4	38
80	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	33
81	3	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	47

82	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	32
83	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	3	33
84	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	5	2	2	32
85	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	30
86	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4	3	44
87	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	45
88	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	3	2	2	33
89	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	39
90	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	45
91	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	2	3	42
92	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	31
93	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	2	2	41
94	3	2	5	2	2	2	5	2	2	5	5	3	3	41
95	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	32



Tabel Hasil Kuesioner
Variabel Promosi (X₂)

Promosi (X ₂)												
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	x2.12	totalx2
4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	42
3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	32
3	4	1	3	4	1	3	3	3	4	1	3	33
2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	32
1	2	3	1	3	3	3	3	3	2	1	2	27
3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	2	3	36
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	49
3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	51
1	4	4	4	4	3	2	5	5	4	4	4	44
3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	5	4	44
3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	50
4	4	5	5	4	5	3	3	3	3	5	3	47
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	52
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	3	4	47
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	56
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	44
4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	47
3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	43
3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	56
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	40
2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	28
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	40

4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	52
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	55
4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	40
3	5	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3	43
4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	51
3	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	3	47
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
4	5	5	2	2	5	5	2	5	4	5	4	48
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	41
3	5	5	3	3	3	3	3	4	3	5	3	43
5	4	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5	47
2	5	5	3	5	4	3	3	4	2	4	2	42
4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	47
3	5	4	2	2	5	4	2	5	3	5	3	43
5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	54
3	5	3	2	2	5	3	2	5	3	5	3	41
2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	31
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38
2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	54
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50
3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	45
3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	52
3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	3	49
3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	3	34
4	5	4	4	4	4	4	3	5	2	5	2	46
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	45
3	4	2	4	2	4	2	2	4	3	4	3	37
3	5	3	4	4	5	3	4	5	3	5	3	47
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	43
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	42
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	42
3	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	40
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	42
4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	48
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	58
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
2	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2	37
3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	40

4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	53
3	4	4	2	2	4	4	2	4	3	4	3	39
2	4	3	2	3	4	3	2	4	2	4	2	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	40
3	3	3	3	3	5	4	3	5	3	3	3	41
3	4	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	46
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	39
3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	37
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	42
3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	37
4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	45
4	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	37



Tabel Hasil Kuesioner
Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Kualitas Pelayanan (X ₃)															
x3 .1	x3 .2	x3 .3	x3 .4	x3 .5	x3 .6	x3 .7	x3 .8	x3 .9	x3. 10	x3. 11	x3. 12	x3. 13	x3. 14	x3. 15	tota lx3
4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	55
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	41
2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	22
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	40
4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	2	3	3	47
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	41
4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	55
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	53
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	55
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	57
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	69
3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	72
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	55
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	55
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	68
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	68
3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	63
4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	62
3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	68
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	72
4	5	5	2	2	5	5	2	5	5	2	5	5	5	3	60
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	55
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	63
5	5	4	4	2	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	64
2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	48
4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
3	5	4	2	2	5	4	2	5	4	2	5	5	4	3	55
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	49
3	5	3	2	2	5	3	2	5	3	2	5	5	3	4	52
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	58
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	48
2	5	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	5	4	2	57

4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	65
3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	48
3	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	50
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	56
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	50
3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	2	62
3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3	2	2	4	3	44
2	5	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	2	53
3	4	2	4	2	4	2	2	4	3	4	3	2	4	3	46
3	5	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	3	59
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	52
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	54
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	53
3	3	5	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	51
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	49
4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	55
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	70
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
3	3	2	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	2	44
4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	66
3	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	67
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	55
4	4	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	63
3	3	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	5	4	3	56
3	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	4	4	2	3	42
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	57
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	48
3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	4	4	3	3	46
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	54
3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	47
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	55
4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	52
2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	54
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	68
2	5	3	2	2	5	3	2	5	3	2	5	5	3	2	49
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	44
2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	3	49

2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	43
3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	63
2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	39
2	4	2	2	3	4	2	2	4	2	2	4	4	2	3	42
2	3	5	2	2	3	5	2	3	5	2	3	3	5	4	49
2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	39
4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	48
3	4	3	4	4	2	2	4	2	3	2	2	4	3	3	45
2	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	4	4	3	2	44
3	3	2	4	2	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	39
4	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	4	4	3	4	48
3	4	5	2	3	4	5	2	4	5	3	4	4	5	3	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	57
3	4	5	2	2	4	5	2	4	5	2	4	4	5	3	54



Variabel Hasil Kuesioner
Variabel Minat Penabung (Y)

Minat Penabung (Y)											
y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	y.11	totally
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	40
2	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	29
2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	27
2	2	4	3	2	2	2	2	4	4	4	31
2	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	29
2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	31
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	48
5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	50
4	3	3	4	5	4	3	3	3	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	44
3	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	41
3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	46
5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	47
5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	46
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	42
5	5	3	5	4	4	3	4	5	5	3	46
4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	46
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	41
4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	43
3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	34
5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	51
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	40
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	41

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	50
4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	38
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	46
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	38
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46
3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	47
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	40
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	52
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	40
4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	45
4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	49
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	40
3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	39
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	52
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	52
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	38
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	38
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	41
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	39
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	41
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	46
4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	38
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	42
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	36
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	52
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	41
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	42
4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	40
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	41
5	3	3	4	4	3	4	4	5	3	5	43

5	3	5	3	3	3	5	4	5	3	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	38
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	39
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	39
2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	32
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	36
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	36
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	36
5	2	4	2	5	2	4	2	5	2	4	37
5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	45
2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	33
5	3	3	4	5	3	3	4	5	4	5	44
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	50
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nofian Tripitoko
2. Tempat&Tgl.Lahir : Madiun & 03 November 1998
3. Alamat Rumah : Jl.Hercules No.41 Kel Klegen, Kec Kartoharjo,
Kota Madiun
- HP : 082141771556
- E-mail : nofiantripitoko@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SDN 05 Kota Bima
 - b. SMP Negeri 13 Kota Madiun
 - c. MAN 2 Kota Madiun
 - d. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
2. Pendidikan Non-Formal

iqain
P O N O R O G O