

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PEMBIAYAAN *MURBA* DAN
PEMBAGIAN NISBAH *MUDHARABAH*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH PONOROGO**



Oleh:

AAN LEVYA

NIM 210214262

Pembimbing:

ELY MASYKUROH, M.S.I

NIP. 197202111999032003

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Aan Levy

NIM : 210214262

Fakultas : Syariah

Jurusan : Muamalah

Judul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK PEMBIAYAAN
MURĀBAHAH DAN PEMBAGIAN NISBAH MUDHĀRABAH
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH
PONOROGO"

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah

Ponorogo, 7 Juni, 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Muamalah



ATIK ABIDAH, M.S.I

NIP : 1976050820000320001

Menyetujui,

Pembimbing

ELY MASYKUROH, M.S.I

NIP. 197202111999032003



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Aan Levy
NIM : 210214262
Jurusan : Muamalah
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan *Murābahah* dan
Pembagian Nisbah *Mudhārabah* Terhadap Kepuasan
Nasabah di BRI Syariah Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syariah Institut
Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 05 Juli 2018

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Juli 2018

Tim Penguji

1. Ketua Sidang : Unun Roudlotul Janah, M.Ag
2. Penguji : Dr. Abid Rohmanu, M.H.I
3. Sekretaris : Ely Masykuroh, M.S.I

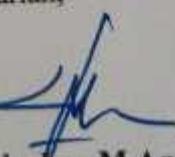
()
()
()

Ponorogo, 12 Juli 2018

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah,




Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag
NIP. 196807051999031001

ABSTRAK

Levya, Aan, 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Mur bahah Dan Pembagian Nisbah Mudh rabah Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Dosen Pembimbing. Ely Masykuroh, M.S.I

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pembagian Nisbah, Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah atau pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Sisi positif dari harapan (*expectation*) seseorang menunjukkan rasa percaya ada sesuatu (produk jasa) yang secara ekonomis dapat memberikan keberhasilan, komponen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang dapat mendorong tumbuhnya dorongan untuk memenuhi kesenjangan antara keinginan yang ideal dengan yang aktual diterima, yang secara subjektif berhubungan dengan penilaian, perasaan, atau tidak puas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas produk *mur bahah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo, Apakah pembagian nisbah *mudh rabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo, Apakah kualitas produk *mur bahah* dan pembagian nisbah *mudh rabah* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah Ponorogo, dengan jumlah sampel 72 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,869 > 1,666$). Sedangkan variabel pembagian nisbah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan t hitung $>$ t tabel ($4,904 > 1,666$). Serta variabel kualitas produk dan pembagian nisbah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung $>$ F tabel ($19,282 > 2,73$).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis ekonomi adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk disimak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring nasabah lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti: industri komunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. ¹ Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku nasabah untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka.

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Pasal 1, pengertian ini mengandung makna bahwa bank itu tidak hanya berfungsi sebagai pengelola uang, tetapi juga lebih jauh untuk meningkatkan ekonomi masyarakat secara umum. ²

¹Veithzal Rivai, dan Andi Buchari, *Islamic Economic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009),97.

²Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2008),24.

Mata dunia kini mulai terbuka, disadari atau tidak agama Islam mempunyai penataan kehidupan yang universal. Fenomena pembelian, penjual, simpanan, pinjaman dan umumnya seluruh kegiatan perekonomian sudah diawali oleh peradaban islam. Dalam perkembangannya pembahasan perekonomian kekinian menjadi lebih kompleks, salah satu fenomena yang terjadi adalah bahasan tentang perbankan kontroversinya tentang harapannya bunga bank.

Dalam Islam telah diterapkan nilai-nilai yang membatasi tolak ukur pengembangan perekonomian umat secara tegas dan jelas, agar aktivitas ekonomi umat selaras dengan nilai-nilai dan norma-norma yang tergantung dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi. Selain itu, nilai-nilai moral pun merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.³

Lembaga keuangan syariah merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan perekonomian suatu bangsa. Saat ini perbankan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syari'ah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan

³Veithzal Rivai, dan Andi Buchari, *Islamic Economic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009),5.

pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.⁴

Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dikatakan bahwa perbankan syariah merupakan perbankan yang kegiatannya berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk pembiayaan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dikatakan sesuai prinsip syariah. Perkembangan ekonomi syariah mulai menunjukkan geliatnya ketika tidak hanya berdiri bank-bank syariah tetapi juga lembaga keuangan syariah yang lainnya. Pada akhirnya kegiatan ekonomi syariah akan berkembang menjadi tidak hanya pada lembaga keuangan tetapi akan memasuki semua bidang kehidupan ekonomi umat. Namun kegiatan perbankan syariah adalah awal dari mulai diakuinya institusi ekonomi syariah di dalam bidang perekonomian.

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam undang-undang no.10 tahun 1998 di mana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran bank syariah dalam

⁴Zainnudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 8.

memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan stuktur perekonomian yang semakin berimbang.

Kepuasan nasabah atau pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Sisi positif dari harapan (*expectation*) seseorang menunjukkan rasa percaya ada sesuatu (produk jasa) yang secara ekonomis dapat memberikan keberhasilan, komponen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang dapat mendorong tumbuhnya dorongan untuk memenuhi kesenjangan antara keinginan yang ideal dengan yang aktual diterima, yang secara subjektif berhubungan dengan penilaian, perasaan, atau tidak puas.⁵

Pada dasarnya kepuasan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Atau kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), 85.

Pihak bank syariah kini dituntut juga untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis perbankan saat ini dengan memperhatikan kualitas produk, karena pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas produk yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas produk yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pelanggan.

Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Contoh produk adalah: buku, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain.⁶

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.⁷ Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara

⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2010),88.

⁷Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana,2008),123.

menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan dengan akad jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli. Sebagaimana kita ketahui, dalam skim *murabahah* fungsi bank adalah sebagai penjual barang untuk kepentingan nasabah, dengan cara membeli barang yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan bank dan bank harus memberitahukan secara jujur harga pokok barang berikut biaya yang diperlukan dan menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian barang kepada nasabah.

Akan tetapi di BRI Syariah Ponorogo dalam praktiknya kerap kali tidak mau dipusingkan dengan langkah-langkah pembelian barang. di BRI Syariah Ponorogo seringkali mewakili kepada nasabah sendiri untuk membeli barang dari pihak ketiganya.⁸ Sehingga menyebabkan kualitas produk *murabahah* yang ada di BRI Syariah Ponorogo tidak sesuai dengan skim *murabahah* pada ketentuannya. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.⁹

Prinsip bagi hasil (*Profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank Islam atau lembaga syari'ah non

⁸Gatot Wijanarko, *Hasil Wawancara*, 03 Maret 2018

⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:Erlangga,2009),138-139.

bank secara keseluruhan. Secara syari'ah, prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudarabah*. Berdasarkan prinsip ini, lembaga keuangan syari'ah akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, lembaga keuangan akan bertindak sebagai *mudarib* (pengelola) sedangkan penabung bertindak sebagai *sahibul mal* (penyandang dana). Antara keduanya diadakan akad *mudarabah* yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak.

Pada bank syariah terdapat sebuah pembagian keuntungan dengan sistem bagi hasil atau sering disebut dengan nisbah. Pengertian bagi hasil adalah suatu ketentuan pembagian hasil dengan proporsi antara nasabah dan bank syariah yang telah disepakati.¹⁰ Besarnya bagi hasil dihitung dari perkalian nisbah dengan pendapatan atau laba pada setiap periode pembukuan. Pembayaran bagi hasil dapat naik dan turun (fluktuatif) tergantung dengan usaha yang dibiayai. Jumlah pembayaran bagi hasil akan meningkat dengan meningkatnya hasil usaha, juga akan menurun bahkan tidak memberi bagi hasil karena usahanya merugi dan bangkrut.¹¹

Namun pada kenyataannya nisbah bagi hasil (*mudharabah*) yang terjadi di BRI Syariah Ponorogo ditetapkan di awal sehingga pembayarannya akan selalu sama sampai pembiayaan tersebut selesai, dan

¹⁰ <https://www.infoperbankan.com/artikel/pengertian-sistem-bagi-hasil-nisbah-di-bank-syariah.html>.

¹¹ Veithzal Rivai, dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010),574.

akan tetap membayar dengan jumlah yang sama meskipun usaha yang dilakukan nasabah mengalami keuntungan maupun kerugian.¹²

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini mengambil sampel para nasabah BRI Syariah Ponorogo yang melakukan kegiatan pembiayaan *murabahah* dan bagi hasil *mudharabah*. Penelitian ini akan melihat pengaruh kedua variabel yaitu kualitas produk dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo. Maka penulis mengambil judul” Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan *Murabahah* dan Pembagian Nisbah *Mudharabah* Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah Ponorogo”.

B. Penegasan Istilah

Dalam judul di atas istilah yang perlu mendapatkan penegasan adalah:

1. Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹³
2. Bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank islam secara keseluruhan.¹⁴

¹² Gatot Wijanarko, *Hasil Wawancara*, 03 Maret 2018

¹³ Depertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 849.

¹⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 137.

3. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen
4. Kepuasan nasabah merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di kantor BRI Syariah Ponorogo
2. Penelitian dilakukan terhadap para nasabah BRI Syariah Ponorogo
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya tingkat penerapan prinsip-prinsip syariah, kualitas produk, kelengkapan fasilitas, kualitas pelayanan nasabah, tingkat kepercayaan dalam masyarakat, tingkat bagi hasil/ letak perusahaan, emosional dan harga. Penelitian ini supaya cakupan variabelnya tidak terlalu luas, maka penulis membatasi variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Ponorogo diantaranya variabel produk dan bagi hasil.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo?
2. Apakah pembagian nisbah *mudharabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo?

3. Apakah kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo
2. Untuk mengetahui pembagian nisbah *mudharabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo
3. Untuk mengetahui kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik, lembaga keuangan dan khususnya bagi penulis sendiri.

1. Bagi pihak akademik penelitian ini dapat memberikan sumbangsih hasil penelitian dan menambah literatur kepustakaan mengenai Pengaruh kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.
2. Bagi lembaga keuangan penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi praktisi lembaga keuangan dalam mengambil kebijakan tentang Pengaruh kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian

nisbah *mudharabah* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

3. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat memberikan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman langsung mengenai Pengaruh kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam laporan penelitian ini, Sistematika penulisan ini dibagi dalam bentuk sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Pada bab ini menguraikan latar belakang penelitian, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB II ini berisi kajian pustaka yang berisi sub bab landasan teoritik, telaah hasil penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Kajian pustaka terdiri dari sub bab yaitu deskripsi mengenai landasan teori yang memuat materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber yang digunakan sebagai acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi pengertian kualitas produk pembiayaan *murabahah*, pembagian nisbah *mudharabah*, dan kepuasan nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan mengenai metode penelitian yang berisikan tentang rancangan beberapa sub bab yaitu rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel, instrumen pengumpulan data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan mengenai hasil pengujian instrumen (validitas dan reliabilitas), hasil pengajuan deskripsi, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan. Bab ini terdiri dari gambaran umum, profil, visi misi BRI Syariah Ponorogo. Hasil penelitian Pengaruh kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian, sehingga apa yang menjadi tujuan penelitian dapat terwujud.

Bagian Akhir. Pada bagian Akhir Tulisan ini berisi Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran, Riwayat Hidup, dan Pernyataan Keaslian Tulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kajian Tentang Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila prestasi produk (jasa) jauh lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila prestasi sesuai dengan harapan, pembelinya merasa puas. Bila prestasi melebihi harapan, pembelinya merasa amat gembira. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan.¹⁵

Menurut Bernie dan Arthur memahami pentingnya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari interaksi dengan karyawan yang terlatih baik, bermotivasi tinggi yang secara konsisten menyediakan pelayanan bernilai dan bermutu tinggi.¹⁶

Ali Hasan dalam bukunya *Marketing Bank Syari'ah* berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja

¹⁵Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Terj, Principles Of Marketing, Jild. 1, (Jakarta:Prenhallindo, 1997), 10.

¹⁶Ibid., 15.

aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.¹⁷

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai bidang riset pelanggan (menggampang bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan, yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi).

Kesenjangan akan menimbulkan ketidakcocokan, yaitu ketidakcocokan positif akan meningkatkan atau mempertahankan kepuasan dan ketidaksesuaian menciptakan ketidakpuasan. Berdasarkan perilaku organisasi, harapan dan ketidakcocokan kinerja yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi kualitas, *marketing mix*, merk dan citra perusahaan. Riset menunjukkan bahwa kecocokan positif dan negatif memiliki efek yang berbeda terhadap kepuasan, bahkan terkadang ketidakcocokan berpengaruh lebih besar terhadap ketidakpuasan pelanggan dari pada kesesuaian pada tingkat mikro. Kepuasan dilihat sebagai pengalaman kumulatif melakukan pembelian dan pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi produk jasa.¹⁸

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen maupun merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen atau nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, misalnya adalah hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi harmonis,

¹⁷Ali Hasan, *Marketing Bank Syari'ah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

¹⁸Ibid.,101.

memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah:¹⁹

1) Kualitas produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3) Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

¹⁹Tjiptono, Manajemen, 25.

5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Elemen program kepuasan pelanggan

Elemen- elemen dari program kepuasan meliputi:

1) Barang dan jasa berkualitas

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri, untuk hotel bekerja sama dengan perusahaan penerbangan dan penyewaan mobil untuk membentuk jaringan aliansi stategik. Melalui kerja sama seperti itu diharapkan kemampuan menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan akan semakin besar.

2) *Relationship marketing*

Relationship marketing berlangsung terus-menerus dalam jangka panjang dan tidak berhenti hanya pada satu transaksi penjualan. Relationship marketing berfokus pada kepuasan non-ekonomik, seperti layanan, waktu pengiriman produk (penyampaian jasa), dan kepastian mengenai kesinambungan pasokan. Relationship marketing mengutamakan peluang untuk

menjalin hubungan yang saling menguntungkan atas dasar kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak.

3) Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Program ini biasanya memberikan semacam “penghargaan” (*rewards*) khusus (seperti diskon, bonus, *voucher* dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan) kepada pelanggan kelas kakap atau pelanggan rutin agar tetap loyal pada produk dari perusahaan yang bersangkutan.

4) Fokus pada pelanggan terbaik (*best customers*)

Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan pokok dalam hal fokus pada pelanggan yang paling berharga. Program-program semacam itu berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan (sesuai dengan prinsip pareto). Namun, pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy users*. Tentu saja mereka berbelanja banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan), dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih

menyukai stabilitas ketimbang terus-menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).

5) *Unconditional guarantees*

Unconditional guarantees dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan (nasabah). Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima. Garansi yang baik harus memiliki karakteristik seperti, tidak bersyarat (tidak dibebani dengan berbagai macam peraturan, ketentuan atau pengecualian yang membatasi/menghambat kebijakan pengembalian atau kompensasi), spesifik, realistis (tidak bombastis yang cenderung tidak bisa dipenuhi, seperti garansi 100 tahun untuk pulpen), mudah direalisasikan/ ditagih bila menyangkut kompensasi atau ganti rugi tertentu.

6) Sistem penanganan komplain secara efektif

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan

komplain. Jadi, jaminan kualitas harus mendahului penanganan komplain.²⁰

d. Model pengukuran kepuasan konsumen

Ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Tjiptono mengungkapkan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:²¹

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi dengan konsumen atau pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis (yang sudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli atau konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka (*ghost*

²⁰Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2014), 354.

²¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 1997), 34-36.

shopper) melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya bisa mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan.

4) Survei Kepuasan Konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda atau signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen.

2. Kajian Tentang Kualitas Produk

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan itu meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

Dalam mempertahankan karakter dan komitmen kualitas produk dan jasa yang baik tersebut, kita harus mengerti akan pergerakan kualitas produk atau jasa. Seberapa besar toleransi yang harus dikeluarkan dan seberapa besar kualitas telah dinyatakan memuaskan.

Kualitas produk jasa perbankan dapat ditemukan, seperti tulisan para pakar *marketing* berikut ini.

1. *Service quality is the total composite product and service characteristic of marketing and maintenance through which the service in use will meet the expectation of the customer.*
2. *Service quality is the totality of features and characteristic of a product service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*
3. *A quality product which is most economical, always satisfactory to the consumer, as meeting the needs of customer, freedom from deficiencies, and the constant attainment of customer satisfaction.*

Kondisi ideal semacam itu bukan berarti tidak bisa dicapai karena pada prinsipnya pelayanan jasa bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara berkelanjutan, sepanjang:

1. Semua orang yang ada di bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pada para dewan direksi memiliki komitmen secara penuh bahwa nasabah adalah mitra mereka semuanya sebagai mitra internal yang bermutu
2. Kualitas layanan sekarang sangat disadari oleh nasabah, oleh karena itu kualitas harus dapat ditampilkan dalam setiap kegiatan bank

3. Kualitas bukan gerakan pelan-pelan yang penting jalan, ia memerlukan lompatan jauh ke depan, ia tidak pernah cukup dan juga perlu harus selalu lebih mahal
4. Gerakan kualitas layanan jasa bank yang konsisten tidak dapat menyelamatkan mitra internal dan produk jasa yang buruk

Untuk memaksimalkan daya saing jasa perbankan dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu peningkatan kualitas produk, proses, dan manusia.

Kualitas produk jasa perbankan dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah melalui ketepatan waktu pelayanan penyampaian, ketersediaan produk, dan layanan saat dibutuhkan, kebenaran janji promosi atas produk dan layanan, kesesuaian pesanan, keamanan dan keselamatan, fleksibilitas pembayaran, ketersediaan fasilitas pelayanan dan kemudahan pengambilan, termasuk biaya administrasi dan pemeliharannya, serta kemampuan penyempurnaan produk layanan secara terus-menerus tanpa batas.²²

²²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Ghalia Indonesia:2010),88.

3. Kajian Tentang Harga (Nisbah)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk suatu produk atau jasa yang dibeli. Harga suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.²³

Menurut Tim Mitra Bestari, dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Menurut Basu Swastha dan Irawan, harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan layanan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk membeli suatu produk dan mendapatkan pelayanan, hal ini memberikan kejelasan bahwa harga adalah nilai dari barang serta fasilitas yang melengkapinya.

Terdapat beberapa teori yang dapat digunakan untuk menetapkan sebuah harga kepada nasabah. Adapun teori tersebut adalah sebagai berikut:²⁴

²³Hasbi Hasan, *Pemikiran Dan Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah Di Dunia Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), 41.

²⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 78-79

a. Penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing metod*)

Harga jual per-unit, dengan menghitung jumlah seluruh biaya per-unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang diinginkan.

b. Penetapan harga mark-up (*mark-up pricing*)

Membeli barang dagangan kemudian harga jualnya ditentukan setelah menambah harga barang

c. Penetapan harga break-event (*break-event pricing*)

Penetapan harga didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Menurut metode ini, sebuah usaha akan mendapatkan laba apabila penjualan yang dicapai berada diatas titik *break event* dan akan terjadi kerugian jika penjualan berada dibawah titik *break-event*.

Penetapan harga adalah hal penting. Karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Bila terlalu tinggi, konsekuensinya produk dan jasa mungkin tidak akan laku, namun sebaliknya bila ditetapkan terlalu rendah menyebabkan kerugian. Di luar perhitungan untung rugi, harga juga menentukan keberlanjutan suatu produk. Produk yang terlanjur ditetapkan dengan harga tinggi diawal peluncuran produk maka akan dipersepsi sebagai produk mahal, dan bila hal ini tidak diikuti dengan kualitas

produk yang baik atau dengan kualitas layanan yang tinggi maka produk tersebut sulit untuk bertahan di pasar. Dan sebaliknya bila suatu produk diluncurkan dengan harga murah maka masyarakat akan mempersepsi sebagai produk murah sehingga suatu ketika dijual dengan harga lebih mahal, maka pasar akan menolaknya dengan tidak membelinya.²⁵

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Penentuan besar kecilnya suku bunga simpanan dan bunga pinjaman sangat dipengaruhi oleh keduanya, artinya baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman saling mempengaruhi. Faktor-faktor lainnya yang ikut memengaruhi harga adalah, seperti jaminan, jangka waktu, kebijakan pemerintah, dan target laba.

Faktor-faktor utama yang memengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kebutuhan dana

Apabila bank kekurangan dana(jumlah simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank untuk menutupi agar kekurangan dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan

²⁵Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 114.

suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga simpanan akan menarik nasabah baru untuk menyimpan uang di bank. Dengan demikian kebutuhan dana dapat dipenuhi. Sebaliknya, jika bank kelebihan dana, di mana simpanan banyak akan tetapi permohonan kredit sedikit, maka bank akan menurunkan bunga simpanan sehingga mengurangi minat nasabah untuk menyimpan. Atau dengan cara menurunkan juga bunga kredit sehingga permohonan kredit meningkat.

2) Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka di samping faktor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memperhatikan pesaing. Dalam arti jika untuk bunga simpanan pesaing rata-rata 16% per tahun, maka jika hendak membutuhkan dana cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikkan di atas bunga pesaing, misalnya 17% per tahun. Namun sebaliknya, untuk bunga pinjaman kita harus berada di bawah bunga pesaing, meskipun margin laba mengecil.

3) Kebijakan pemerintah

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku bunga, baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman. Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4) Target laba yang diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh bank. Jika laba yang diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, pihak bank harus serius dalam menentukan persentase laba atau keuntungan yang diinginkan.

5) Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan risiko di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya,

jika pinjaman berjangka pendek, maka bunganya relatif lebih rendah.

6) Kualitas jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Sebagai contoh dengan jaminan sertifikat deposito bunga pinjaman akan lebih rendah jika dibandingkan dengan jaminan sertifikat tanah. Alasan utama perbedaan ini adalah dalam hal pencairan jaminan apabila kredit yang diberikan bermasalah. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang dibekukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

7) Reputasi perusahaan

Reputasi perusahaan atau bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8) Produk yang kompetitif

Produk yang kompetitif maksudnya adalah produk yang dibiayai kredit tersebut laku di pasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif. Hal ini disebabkan tingkat pengembalian kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku di pasaran.

9) Hubungan baik

Dalam praktiknya pihak bank menggolongkan nasabahnya menjadi dua yaitu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank, sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10) Jaminan pihak ketiga

Dalam hal ini, pihak yang memberikan jaminan kepada bank untuk menanggung segala risiko

yang dibebankan kepada penerima kredit. Biasanya apabila pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, bunga yang dibeban pun juga berbeda. Demikian pula sebaliknya jika penjamin pihak ketiganya kurang bonafid atau tidak dapat dipercaya, maka mungkin tidak dapat digunakan sebagai jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan.²⁶

B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu

Secara umum, kepuasan nasabah adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Kotler mengatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Sumarwan, kepuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.²⁷

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli

²⁶Kasmir, *Pemasaran Bank (Jakarta:Prenada Media, 2004)*, 151.

²⁷Ujang Suwarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 387

akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk suatu produk atau jasa yang dibeli. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat.

Menurut Tim Mitra Bestari, dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang diertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Dessica Dinar Sari yang berjudul *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta)"* yang menerangkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. (2) terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Sim Card GSM Prabayar XL Yogyakarta*, (3) terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen *Sim Card GSM Prabayar XL Yogyakarta*. dan (4) terhadap pengaruh kualitas produk,

kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Yogyakarta.²⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syairozi *Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang* yang menerangkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar $0,002 < 0,05$. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah yang ditunjukkan dengan besarnya nilai F_{test} sebesar 8,852 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,706. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk maka semakin tinggi Kepuasan Nasabah.²⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Laelatuh Muharomah yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Natijatul Umat Babadan Ponorogo*” yang menerangkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan. Begitu pula secara simultan variabel independent (kualitas

²⁸ Dessica Dinar Sari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta)* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016)

²⁹ Muhammad Syairozi *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang* (Semarang: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016)

produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).³⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Danang Tri Cahyono yang berjudul “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah di BMT IKPM Gontor Ponorogo*” yang menerangkan bahwa konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan marketing mix (bauran pasar). Bauran pemasaran adalah perangkat-perangkat alat pemasaran faktor yang dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Lembaga keuangan perlu mengkombinasikan keempat unsur marketing mix tersebut untuk meningkatkan kualitas penjualan.³¹

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*” yang menerangkan bahwa kualitas layanan, produk, dan nilai bagi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Analisis konfirmatori menjelaskan bahwa indikator *responsiveness* sebagai pengukur variabel kualitas layanan adalah terbesar dan disusul indikator *assurance*, *tangibles*, *emphaty*, dan *realibility*. Selanjutnya, dapat

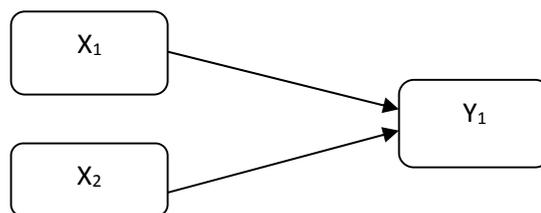
³⁰ Laelatuh Muharomah, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Natijatul Umat Babadan Ponorogo* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017)

³¹ Danang Tri Cahyono, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di BMT IKPM Gontor Ponorogo* (Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2014)

dijelaskan bahwa indikator *serviceability* sebagai pengukur variabel kualitas produk yang terbesar dan kemudian disusul variabel lain, berturut-turut yaitu variabel *features*, *conformance*, *performance*, dan *image*. Begitu juga dengan nilai bagi nasabah, berdasarkan analisis konfirmatori, indikator nilai bagi nasabah yang terbesar adalah nilai produk kemudian disusul dengan indikator lain, yaitu nilai layanan, nilai moneter, dan biaya waktu.³²

Dari beberapa penelitian yang dilakukan di atas, peneliti mengambil penelitian yang berbeda dan lebih menekankan pada kualitas produk dan harga pada kepuasan nasabah. Karena pada dasarnya harga yang diberikan satu lembaga dan lembaga lainnya itu berbeda, begitu juga dengan kualitas produk yang dijalankan. Penelitian ini dilakukan di BRI Syariah Ponorogo.

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2.1
Kerangka berfikir

³² Rahmat Hidayat, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*” (Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2015)

Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Pembagian Nisbah

Y_1 =Kepuasan Nasabah

Gambar tersebut menunjukkan Variabel Kualitas Produk, Dan Pembagian Nisbah Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah Ponorogo.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.³³ Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “di bawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.³⁴

Berdasarkan rumusan masalah maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah:

Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah, Kualitas produk yang lebih tinggi menghasilkan

³³ Deni Darmawan, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 120.

³⁴ Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 63.

kepuasan nasabah yang lebih tinggi.³⁵ Bagi nasabah pemakai produk ini harus dikomunikasikan dengan baik karena dapat membangun kepuasan nasabah untuk memakai produk ini atau tetap mempertahankan memakai produk ini. Beberapa Penelitian juga telah mendukung teori itu, bahwa kualitas produk berdampak positif pada kepuasan nasabah. Diantara penelitian-penelitian yang mendukung yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat tahun 2015 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.³⁶ Penelitian Inka Janita Sembiring Suharyono tahun 2014 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.³⁷ Penelitian Ani Tristiana tahun 2016 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.³⁸ Penelitian Caesar Andreas tahun 2016 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.³⁹ Sehingga hipotesis yang didapat adalah:

³⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta 2011), 229.

³⁶ Rahmat Hidayat, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*” (Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2015)

³⁷ Inka Janita, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*” (Malang: Universitas Brawijaya, 2014)

³⁸ Ani Tristiana, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125*” (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2016)

³⁹ Caesar Andreas, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*” (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2016)

H_1 = Kualitas produk pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Semakin tinggi nisbah bagi hasil maka jasa yang ditawarkan menarik bagi konsumen untuk memutuskan menabung. Menurut penelitian Kharisma Mahkota Perdana tahun 2012 menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁴⁰ Penelitian Adella Rianty tahun 2017 menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁴¹ Sehingga hipotesis yang didapat adalah:

H_2 = Pembagian nisbah *mudharabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Kualitas suatu produk dan harga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut penelitian Yulia purnamasari tahun 2015, mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di singaraja. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁴² Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

⁴⁰Kharisma Mahkota Perdana, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Victoria Syariah Brebes*”(Brebes: Universitas Dian Nuswantoro, 2012)

⁴¹Adella Rianty, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah*”(Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017)

⁴²Yulia Purnamasari, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online*”(Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha, 2015)

H_3 = Kualitas produk pembiayaan *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dilihat dari jenis datanya, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat, positivistik, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan dengan random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴³ Namun dilihat dari eksplanasinya termasuk penelitian regresi.

Dalam rancangan penelitian ini penulis menggunakan variabel. Adapun variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴ Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (*independen*) yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), dan variabel

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 14.

⁴⁴Ibid, 60.

terikat (*dependen*), dan variabel terikat (*dependen*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴⁵

Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas produk dan pembagian nisbah dan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk peneliti pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Definisi operasional merupakan penjelasan variabel secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti.

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang diteliti. Variabel tersebut yaitu:

a. Variabel Independen (Variabel X)

Dalam penelitian ini menjadi variabel x adalah kualitas produk pembiayaan *murabahah* (X_1) dan pembagian nisbah *mudharabah* (X_2).

⁴⁵Ibid, 61.

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

Tabel 3.1

Variabel dan Indikator penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber
Variabel X X ₁ =Kualitas Produk	- enerja (<i>performance</i>) - eragaman produk - esesuaian - etahanan	- Memberikan kenyamanan dan memuaskan - Mempunyai persyaratan yang cukup ringan dan mudah - Memenuhi standar - Sesuai harapan	Rambat Lipiyoadi, 2009.
X ₂ = Pembagian Nisbah (Harga)	Pembagian Nisbah (X ₂)	- Kesepakatan Nisbah Keuntungan - Nisbah yang kompetitif - Biaya administrasi	Susanti Mei Diana, 2017
Variabel Y Kepuasan nasabah	Kepuasan Nasabah (Y)	- Perusahaan mau berdiskusi - Karyawan mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan - Produk baru yang	Intan Kamila, 2017

		ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan	
--	--	--	--

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.⁴⁶ Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili populasi maka dalam penelitian dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi. Prosesnya disebut teknik penyampelan atau teknik sampling.⁴⁷ Dalam BRI Syariah Ponorogo jumlah populasi yang dijadikan objek penelitian adalah 258 nasabah.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan cara *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴⁸ Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi

⁴⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 137-138.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 111.

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁴⁹ Syarat untuk dapat dilakukan teknik *simple random sampling* adalah anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif homogen dan adanya kerangka sampel merupakan daftar elemen-elemen populasi yang dijadikan dasar untuk pengambilan sampel.⁵⁰ Berdasarkan teori tersebut penelitian di BRI Syariah Ponorogo tidak memperhatikan strata responden seperti latar pendidikan (SD,SMP,SMA, dan Sarjana), dan pekerjaan (PNS, Wiraswasta/Pedagang, dan Petani) di mana peneliti menganggap semua sama.

Pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵¹ Adapun untuk teknik pengambilan sampel menurut Slovin sebagaimana dikutip Danang Sunyoto⁵² dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e = Standar error.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 122.

⁵⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 31.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 120.

⁵² Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi; Alat Statistik dan Analisis Output Komputer* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 21.

$$n = \frac{258}{1+258(0,1)^2}$$

$$n = \frac{258}{1+258(0,01)}$$

$$n = \frac{258}{1+258}$$

$$n = \frac{258}{3,58}$$

$$n = 72,06 = 72$$

Disebabkan karena tersedianya waktu, dana, dan tenaga yang terbatas, mungkin saja peneliti terpaksa membatasi jumlah subjek penelitian yang diambil yakni melaksanakan penelitian sampel, yaitu menggunakan sebagian dari populasi sebagai subjek penelitian.⁵³

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.⁵⁴ Dalam hal ini responden atau nasabah BRI Syariah Ponorogo yang menggunakan produk pembiayaan. Instrumen ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh kualitas produk dan pembagian nisbah terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

⁵³Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Citra, 2016), 94.

⁵⁴Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif (komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya)* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 123.

Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan Skala Likert (*method of summated ratings*). Skala ini terdiri atas sejumlah pertanyaan yang semuanya menunjukkan sikap terhadap suatu objek tertentu yang akan diukur, untuk setiap pertanyaan akan disediakan sejumlah alternatif yang berjenjang atau bertingkat.⁵⁵ Nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dijumlah sehingga mendapatkan nilai total. Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner (angket), merupakan alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Ini digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh kualitas produk dan pembagian nisbah terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo. Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan *Skala Likert*.

Selain kuesioner (angket) peneliti juga menggunakan dokumentasi sebagai sumber pengumpulan data.⁵⁶ Dokumentasi ini digunakan sebagai pelengkap, guna memperoleh bahan informasi yang berupa latar belakang

⁵⁵Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial, Suatu Tehnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 77.

⁵⁶Ibid, 86.

pada BRI Syariah Ponorogo, produk-produk yang dimiliki, daftar nama nasabah tabungan dan pembiayaan, serta data lain yang mendukung.

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengadakan penelitian dan data yang diperlukan terkumpul sesuai dengan pembahasan pada skripsi ini, tahap selanjutnya adalah menganalisis data agar diketahui maksud dari data tersebut. Namun sebelumnya perlu dilakukan *Uji Validitas* dan *Uji Reliabilitas* terlebih dahulu untuk mengetahui data yang dipergunakan valid atau tidak dan reliabel atau tidak.

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Kriteria uji validitas adalah:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner valid,
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

Rumus yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan korelasi *product moment*.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana: r_{xy} = koefisien (korelasi antara x dan y)

N = jumlah subjek

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total

XY = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor total

X² = Jumlah kuadrat skor item

$Y^2 =$ Jumlah kuadrat skor total.

Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS 16.00 untuk menguji validitas instrumen dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* dibandingkan dengan nilai r kritik pada tabel harus lebih besar.⁵⁷

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabel adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Adapaun untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien *Alpha Cronbach*, berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Sedangkan rumus untuk varians total, yakni

r_{11} = Nilai reliabilitas

S_i = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

⁵⁷Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 31.

Dengan bantuan SPSS 16.00. instrumen penelitian bisa dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.⁵⁸

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat diuji *Kolmogorov-Smirnov* atau dengan grafik.

Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Data outlier (tidak normal) harus dibuang karena menimbulkan bias dalam interpretasi dan mempengaruhi data lainnya.⁵⁹

4. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah regresi linier dimana variabel hanya ada dua variabel terikat X dan Y.⁶⁰ Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y_1) pada produk tabungan dan pembiayaan di BRI Syariah Ponorogo. Analisis regresi linier (garis lurus) sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

⁵⁸Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 110.

⁵⁹Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 265.

⁶⁰Budi Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan Dengan SPSS Dan MS Office Excel* (Bandung: Refika Aditama, 2010), 125-126.

Dimana:

Y= variabel terikat

X= variabel bebas

a = *intersept*

b = koefisien regresi.⁶¹

5. Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah regresi dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua variabel atau lebih variabel bebas (X). Juga dapat digunakan untuk memprediksi atau menaksir (estimasi) besarnya nilai suatu variabel terhadap variabel lainnya.⁶²

Dalam penelitian ini variabel (Y¹) kepuasan nasabah pada produk tabungan dan pembiayaan di BRI Syariah Ponorogo yang selanjutnya dihubungkan dengan dua variabel bebas yakni X¹= Kualitas Produk, X²= pembagian nisbah. Bentuk persamaan garis regresi adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y : Kepuasan Nasabah

a : Konstanta

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Pembagian Nisbah

b₁ : Koefisien regresi X₁

b₂ : Koefisien regresi X₂

⁶¹Ibid

⁶²Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT Revika Aditama, 2012), 430.

e : Error

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah koefisien untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas (variabel X) terhadap variasi (naik/turunnya) nilai variabel terikat (Y) pada hubungan lebih dua variabel. Koefisien determinan adalah cara utama digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel.⁶³ Dalam program SPSS 16.00 nilai R^2 (*R Square*) disajikan dalam tabel *model summary*. Ukuran nilai *R square* adalah 0 sampai dengan 1 (1, artinya semakin mendekati angka satu berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan peubah terikat (Y) secara lebih baik menuju kesempurnaan.⁶⁴

7. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah uji signifikansi secara bersama-sama (Uji statistik F), koefisiensi determinasi (R^2), dan uji signifikansi parameter individu (Uji statistik T).

a. Uji t

Uji t melihat signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk penambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai sigbifikasi dan membandingkan

⁶³Sunyoto, *Prosedur Uji Jipotesis Untuk Riset Ekonomi* (Bandung; Alfabeta, 2012), 125.

⁶⁴Al-Gifari, *Analisis Statistic Untuk Bisnis Dengan Regresi, Korelasi, Dan Non Para Metrik* (Yogyakarta: BPFE, 2009), 54.

dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai, yakni jika nilai kepuasan nasabah $<$ nilai alpha (α), maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Dan pengambilan kesimpulan:

Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

b. Uji F

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ($sig < 0,05$), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Pengajuan hipotesisnya adalah:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, berarti variabel bebas (X_1) secara serentak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$, berarti variabel bebas (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Dasar pengambilan keputusan ialah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima artinya variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak artinya variabel bebas secara serentak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dan mengambil kesimpulan:

Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

1. Sejarah Berdiri dan Letak Geografis BRI Syariah Ponorogo

Berawal dari akuisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP/GBI/DPG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula konvensional, kemudian diubah berdasarkan prinsip syariah islam. Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan pelayanan prima (*excellent sevice*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Aktivitas PT. Bank Syariah semakin kokoh setelah pada 19 desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia untuk melebur kedalam PT. Bank BRI Syariah (proses *spin off*) yang berlaku efektif pada 1 januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku direktur utama PT Bank BRI Syariah. Saat ini PT Bank BRI

Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah menargetkan ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam uk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia dengan memanfaatkan jaringan kerja PT Bank BRI sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan consumer berdasarkan prinsip syariah.⁶⁵

2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah

a. Visi :

Menjadikan Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

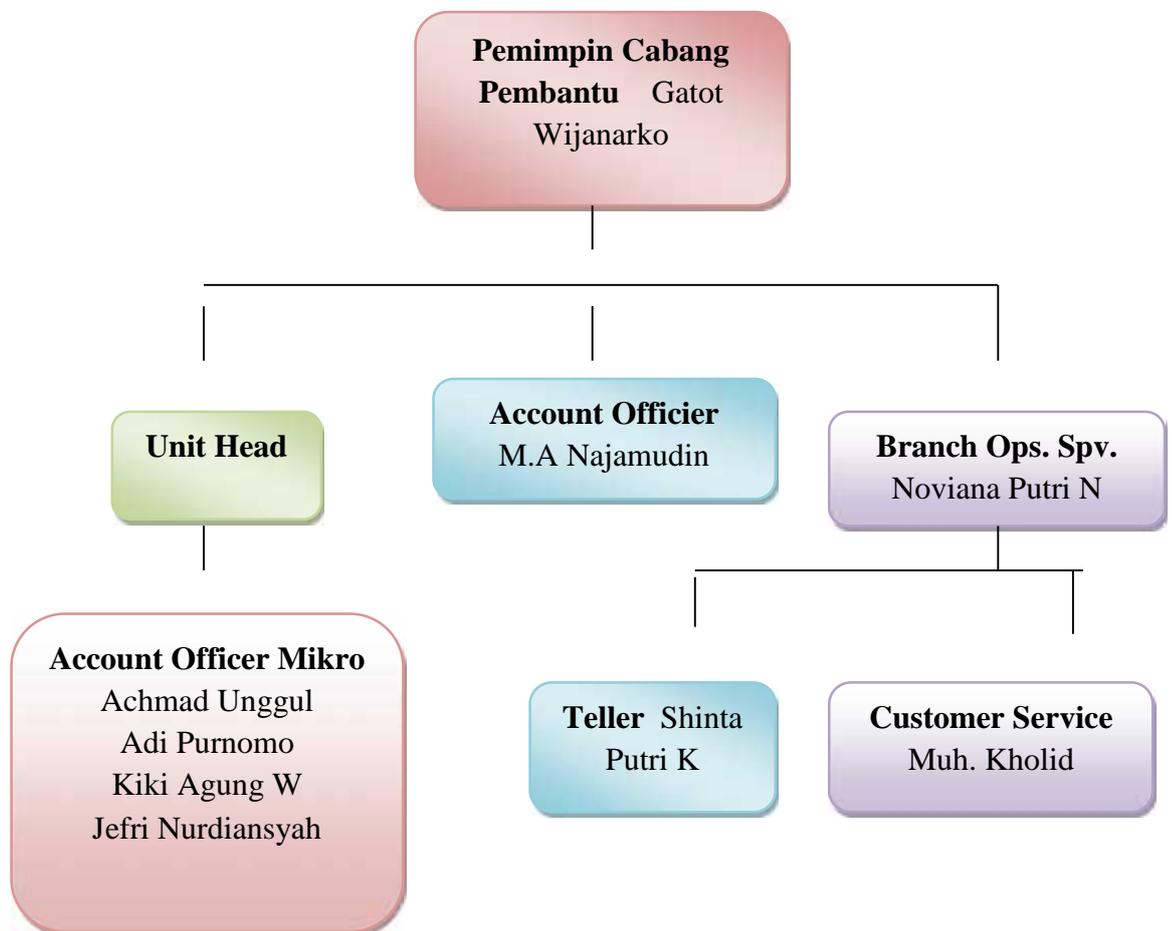
b. Misi :

- 1) Memahami kergaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.

⁶⁵Annual Report BRI Syariah 2010, hal 7-8

- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas prima dan menghadirkan ketentraman pikiran.⁶⁶
3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.⁶⁷

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

⁶⁶Ibid.,. 10

⁶⁷Novia Putri, Wawancara, Ponorogo, 19 April 2018.

Keterangan:

1. Tugas Pemimpin Cabang Pembantu:

Penanggungjawab seluruh divisi di seluruh BRI Syariah Ponorogo

2. Tugas Account Officer:

Pemasaran produk perbankan terutama pada produk pembiayaan konsumtif, ritel, dan SME.

3. Tugas Account Officer Mikro:

Melayani nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa pembiayaan. Pemasaran produk perbankan terutama pada produk pembiayaan mikro.

4. Tugas teller:

a. Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan.

b. Memberikan dukungan kepada supervisor branch operation, operation manager berupa:

1) Memproses layanan operasi dengan baik tunai maupun non tunai yang dilakukan nasabah di teller, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten.

2) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai sesuai kewenangan dan tanggungjawabnya.

3) Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi secara efektif.

5. Tugas Customer Service :

- a. Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- b. Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai service excellent.
- c. Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang, berupa:
Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di customer service, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten;
 - 1) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi dan produk Bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya.
 - 2) Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

6. Tugas Branch Operasional Supervisor :

- a. Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditandatangani dan diselesaikan secara excellent.
- b. Memberikan dukungan kepada Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan support di Cabang, berupa:

- 1) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/ penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten.
- 2) Melaksanakan layanan Operasi lainnya yang dilakukan di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu sehingga tidak terdapat open item dalam jangka waktu lama.
- 3) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi Kantor Cabang/ Cabang Pembantu baik internal Bank maupun dengan jaringan Bank eksternal lainnya.
- 4) Membangun team work dan komunikasi yang efektif di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu.

7. Produk dan Operasionalisasi Bank BRI Syariah KCP Ponorogo

1. Funding (Pendanaan) BRI Syariah mengemas produk-produk pendanaannya dalam bentuk tabungan faedah syariah iB, tabungan haji syariah iB, tabungan SimPel iB tabunganku BRI Syariah iB, tabungan impian BRI Syariah iB dan deposito BRI Syariah iB.

Penjelasan dari produk-produk tersebut sebagai berikut:

- a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB



Akad yang digunakan adalah Wadi'ah yad Dhamanah.

Tabungan faedah BRI Syariah iB dipersembahkan bagi mereka yang menginginkan

kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan dengan faedah yang ditawarkan: setoran awal minimal Rp.50.000,- gratis biaya administrasi bulanan tabungan, gratis biaya bulanan kartu atm, gratis cek saldo, gratis biaya transfer. Terlebih jika menggunakan Kartu ATM BRISyariah, nasabah akan mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia. Berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRISyariah:

- 1) Informasi saldo
- 2) Penarikan tunai
- 3) Ganti PIN
- 4) Ke rekening di BRISyariah maupun bank lainnya
- 5) Pembayaran tagihan : Telkom PSTN, Telkomvision, internet Speedy, telco pascabayar (Flexi, Kartu HALO, XL, AXIS, esia, smartfren), PLN (pascabayar, non tagihan listrik)
- 6) Pembayaran pembelian : telco prabayar (Telkomsel SIMPATI, Kartu AS, XL, Axis, esia, Smartfren), PLN prabayar/token
- 7) Pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban

- 8) Kartu ATM BRISyariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk membayar belanja Anda tanpa perlu menggunakan uang tunai di seluruh merchant berlogo Debit Prima
- 9) Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
- 10) Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima.

b. Tabungan Haji iB

Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqah. Untuk



mempermudah bagi umat muslim dalam melaksanakan ibadah haji maka BRI Syariah mempersembahkan produk tabungan haji dengan

mendapatkan berbagai kemudahan antara lain: setoran awal ringan mulai Rp. 50.000,- gratis biaya administrasi bulanan, bagi hasil yang kompetitif dan pemotongan zakat secara otomatis, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan, transaksi online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji, tersedia pilihan ibadah Haji Reguler (Rp. 25 juta) dan Haji Khusus (USD. 4.000) untuk mendapatkan porsi keberangkatan. Syarat yang harus diperhatikan dalam pembukaan rekening ini adalah:

- 1) Melampirkan fotokopi KTP
- 2) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- 3) Melampirkan fotokopi Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak)

c. Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) iB



Tabungan SimPel adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur

yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Kemudahan yang diperoleh yaitu: setoran awal minimal Rp. 1.000,- minimal setoran selanjutnya Rp. 1000,- saldo minimum Rp. 1.000,- limit penarikan Rp. 500.000,-/hari, dapat diberikan kartu ATM (pilihan), dapat diberikan fasilitas e-channel berupa MobileBRIS, SMSBRIS, dan phone banking (callBRIS), serta tabungan ini menggunakan akad wadi'ah.

Persyaratan yang perlu diperhatikan:

- 1) Melakukan perjanjian kerja sama antara BRI Syariah dengan sekolah
- 2) Mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan rekening Simpel iB

3) Melengkapi dokumen pembukaan rekening (Siswa: Kartu Keluarga/NISN/NIS dan Orang Tua/Wali: KTP).

d. TabunganKU iB dan Tabungan Impian iB

TabunganKU merupakan tabungan seperti tabungan faedah hanya berbeda ketentuan dan fasilitasnya saja. Ketentuan produk ini yaitu setoran awal dan saldo minimum Rp. 20.000,- tidak mendapatkan kartu ATM, dan akad yang digunakan adalah Wadi'ah yad Dhamanah. Sedangkan Tabungan Impian adalah tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah Muthlaqah) yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana. Tabungan ini memiliki fasilitas, yaitu: setoran awal ataupun setoran rutin bulanan minimum Rp. 50.000,- tidak perlu datang ke bank untuk melakukan setoran rutin bulanan dengan adanya autodebet, bebas memilih jangka waktu maupun tanggal autodebet setoran rutin, otomatis dilindungi asuransi jiwa, gratis biaya administrasi tabungan dan premi asuransi, dan bagi hasil yang menarik. Syarat yang harus dipenuhi adalah: melampirkan fotokopi KTP, melampirkan fotokopi NPWP, dan memiliki produk tabungan faedah BRI Syariah iB sebagai rekening induk (khusus tabungan impian).

e. Giro BRI Syariah iB

Giro BRI Syariah iB merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (wadi'ah yad dhamanah) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro. Keuntungan dan fasilitas yang diberikan berupa Online real time di seluruh kantor BRISyariah dan Laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya. Persyaratan yang diberikan oleh produk ini adalah Setoran awal Rp. 2.500.000,- (Perorangan) dan Rp. 5.000.000,- (Perusahaan), Biaya saldo minimal Rp. 20.000,-, serta Saldo mengendap minimal Rp. 500.000,-.

f. Deposito BRI Syariah iB

Akad yang digunakan adalah Mudharabah Muthlaqah. Pada produk ini mempunyai fasilitas: aman karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah, tersedia pilihan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan, bagi hasil yang kompetitif, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapatkan, pemindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro, dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat diperpanjang, dapat dijadikan sebagai

jaminan pembiayaan. Persyaratan yang harus di siapkan adalah

:

- 1) Rekening Atas nama perorangan
 - a) Minimal saldo pembukaan Rp.2.500.000,-
 - b) Menyerahkan fotokopi identitas diri atau kuasanya (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
 - c) Dalam hal pembukaan dan/atau klausul pembukaan rekening lainnya dikuasakan maka harus disertakan surat kuasa asli yang ditandatangani oleh pemberi kuasa dan pemegang kuasa di atas meterai yang cukup.
 - d) Dokumen atau persyaratan lain sesuai yang diatur dalam Kebijakan Umum Operasi maupun Syarat dan Ketentuan Umum Pembukaan Rekening.
- 2) Rekening atas nama perusahaan
 - a) Minimal saldo pembukaan Rp.2.500.000,-
 - b) Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku dari pengurus badan usaha atau kuasanya.
 - c) Dalam hal pembukaan dan/atau klausul pembukaan rekening lainnya dikuasakan oleh pengurus maka harus disertakan surat kuasa asli

yang ditandatangani oleh pemberi kuasa dan pemegang kuasa diatas meterai yang cukup.

- d) Menyerahkan persetujuan para pengurus berwenang sesuai Anggaran Dasar bahwa penabung dapat bertindak untuk dan atas nama perusahaan dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan demikian, tanda tangan pengurus yang mewakili harus dicantumkan dalam Kartu Contoh Tanda Tangan (KCTT).
- e) Menyerahkan fotokopi Akta Pendirian/Anggaran Dasar Perusahaan beserta perubahannya (jika ada), berta pengesahan Departemen Kehakiman.
- f) Menyerahkan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan sejenisnya.
- g) Menyerahkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- h) Dokumen atau persyaratan lain sesuai yang diatur dalam Kebijakan Umum Operasi maupun Syarat dan Ketentuan Umum Pembukaan Rekening.

2. Pembiayaan



a. Unit Mikro BRI Syariah iB

Untuk mendapat pembiayaan ini harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: warga negara Indonesia dan berdomisili di Indonesia, usia minimal 21 tahun/telah menikah untuk usia > 18 tahun, wiraswasta yang usahanya sesuai prinsip syariah, lama usaha calon nasabah untuk (mikro 75iB dan mikro 500 iB lama usaha minimal 2 tahun untuk mikro 25ib, lama usaha minimal 3 tahun), tujuan pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja atau investasi, memiliki usaha tetap, jaminan atas nama milik sendiri atau pasangan atau orang tua atau anak kandung, biaya administrasi mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku.

b. KPR BRI Syariah iB



KPR BRI Syariah iB kini hadir membantu untuk segera dapat mewujudkan memiliki rumah idaman dengan prinsip jual beli (Murabahah). Berbagi keperluan dapat dipenuhi melalui KPR BRI Syariah iB seperti pembelian rumah, apartemen, ruko, rukan, tanah kavling, pembangunan serta renovasi. Syarat dan ketentuannya yaitu: usia minimal 21 tahun atau sudah menikah, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum (55 tahun

untuk pegawai (usia pensiun), 65 tahun untuk pengusaha profesional), karyawan/wiraswasta/profesional dengan masa kerja: (karyawan minimal 2 tahun, profesional minimal 2 tahun praktek, wiraswasta pengalaman menjalankan usaha minimal 3 tahun), berpenghasilan dan mampu mengangsur setiap bulan sampai dengan jatuh tempo. Persyaratan dokumen yang harus dipenuhi nasabah adalah:

1. Karyawan dengan penghasilan tetap
 - a) Kartu Tanda Pengenal (KTP)
 - b) Kartu Keluarga dan Surat Nikah
 - c) Slip Gaji terakhir atau Surat Keterangan Gaji
 - d) Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir
 - e) NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp.50 juta
2. Wiraswasta
 - a) Kartu Tanda Pengenal (KTP)
 - b) Kartu Keluarga dan Surat Nikah
 - c) Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir
 - d) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir
 - e) Legalitas Usaha (Akte pendirian berikut perubahan terakhir, TDP, SIUP, NPWP)
 - f) NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp.50 juta
3. Profesional
 - a) Kartu Tanda Pengenal (KTP)
 - b) Kartu Keluarga dan Surat Nikah

- c) Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir
 - d) Izin praktek yang masih berlaku
 - e) NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp.50 juta
4. Persyaratan Jaminan
- a) Sertifikat Tanah (SHGB dan SHM)
 - b) Izin Mendirikan Bangunan (IMB)
 - c) PBB terakhir
5. Plafon Pembiayaan
- a) Minimal Rp.25.000.000,-
 - b) Maksimal Rp.3.500.000.000,-
6. Jangka Waktu
- a) Minimum 12 bulan
 - b) Maksimum 15 tahun untuk KPR iB yang bertujuan : i. Pembelian Rumah baik dalam kondisi baru (rumah jadi atau indent) dan rumah bekas pakai (second) ii. Pembelian bahan bangunan untuk Pembangunan Rumah Baru
 - c) Maksimum 10 tahun untuk i. Pembelian Apartemen ii. Pembelian Rumah Toko dan Rumah Kantor iii. Pembelian bahan bangunan untuk Renovasi Rumah iv. Take Over Pembiayaan Rumah
7. Biaya yang dibebankan kepada Nasabah
- a) Biaya Administrasi
 - b) Biaya Notaris
 - c) Biaya Asuransi

- i. Asuransi Jiwa Pembiayaan, premi asuransi di bayar di muka, sesuai jangka waktu pembiayaan
 - ii. Asuransi Kebakaran, , premi asuransi di bayar di muka, sesuai jangka waktu pembiayaan
 - iii. Biaya Materai
- c. KKB BRISyariah iB

KKB BRiSyariah iB merupakan produk jual-beli yang menggunakan sistem murabahah, yaitu akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual (fixed margin). Manfaat yang diberikan dengan menggunakan produk ini adalah sistem syariah, jangka waktu maksimal 5 tahun, cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu serta bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo. Produk ini dilaunching bertujuan untuk pembelian mobil baru, second, take over atau pengalihan pembiayaan KKB dari pembiayaan lain. Persyarat dan ketentuan untuk nasabah telah disetujui atas produk ini adalah sebagai berikut :

- 1) Persyaratan Umum Nasabah
 - a) WNI
 - b) Karyawan tetap dengan pengalaman kerja minimal 2 tahun
 - c) Profesional dengan pengalaman praktek minimal 2 tahun

- d) Usia minimal pada saat pembiayaan diberikan adalah 21 tahun dan maksimal usia pensiun untuk karyawan atau 65 tahun untuk professional
- e) Tidak termasuk dalam Daftar Pembiayaan Bermasalah
- f) Memenuhi persyaratan sebagai pemegang polis Asuransi Jiwa
- g) Memiliki atau bersedia membuka rekening tabungan pada Bank BRI Syariah.

2) Persyaratan Dokumen Nasabah

- a) Karyawan dengan penghasilan tetap
 - i. Kartu Tanda Pengenal (KTP)
 - ii. Kartu Keluarga dan Surat Nikah
 - iii. Slip Gaji terakhir atau Surat Keterangan Gaji
 - iv. Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir
 - v. NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp.50 juta.
- b) Profesional
 - i. Profesional
 - ii. Kartu Tanda Pengenal (KTP)
 - iii. Kartu Keluarga dan Surat Nikah
 - iv. Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir
 - v. Izin praktek yang masih berlaku
 - vi. NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp.50 juta

Pengaturan fiturnya

sebagai berikut :

- 1) Plafon Pembiayaan
 - a) Minimal Rp.25.000.000,-
 - b) Maksimal Rp.1.000.000.000,-
- 2) Bank Finance (Pembiayaan Bank)
 - a) Pembelian Mobil i. Baru, maksimum 80% dari harga On The Road yang dikeluarkan Dealer ii. Bekas, maksimum 80% dari nilai pasar wajar (ditetapkan penilai jaminan Bank)
 - b) Take Over/alih Pembiayaan KKB 100% dari Outstanding lembaga pembiayaan lain dan/atau 80% dari nilai pasar wajar yang ditetapkan penilai jaminan Bank (mana yang terendah)
- 3) Jangka Waktu
 - a) Pembelian mobil baru :
 - i. Minimum 1 tahun
 - ii. Maksimum 5 tahun
 - b) Pembelian mobil bekas/second
 - i. Minimum 1 tahun
 - ii. Maksimum 5 tahun iii. Ketentuan usia kendaraan pada saat jatuh tempo adalah maksimum 8 tahun dari bulan penerbitan BPKB

c) Take Over/alih Pembiayaan

- i. Minimum 1 tahun
- ii. Maksimum 5 tahun
- iii. Ketentuan usia kendaraan pada saat jatuh tempo adalah maksimum 8 tahun dari bulan penerbitan BPKB.

d. KMG BRI Syariah iB

Kepemilikan Multi Guna (KMG) merupakan salah satu produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan karyawan khususnya karyawan dari perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Bank BRI Syariah dalam Program Kesejahteraan Karyawan (EmBP), dimana produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan Program Kesejahteraan Karyawan (EmBP).

e. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB

Setiap muslim pasti merindukan Baitullah, sempurnakan kerinduan Anda pada Baitullah dengan ibadah Umrah. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB kini hadir membantu nasabah untuk menyempurnakan niat beribadah dan berziarah ke Baitullah. Produk Pembiayaan Umrah BRISyariah iB menggunakan prinsip akad jual beli manfaat/jasa (ijarah Multijasa) Fasilitas yang didapat antara lain:

- 1) Pembiayaan Umrah flexible dengan pilihan jangka waktu sesuai kemampuan hingga 36 bulan.

- 2) Paket Umrah tersedia dari berbagai pilihan Biro Tour & Travel kerjasama BRISyariah atau dari pilihan nasabah sendiri.
- 3) Dapat diangsur setelah nasabah selesai menyempurnakan ibadah Umrah.
- 4) Uang muka minimal 10% dari nilai paket Umrah yang dibeli.
- 5) Persyaratan mudah dan proses cepat.
- 6) Cicilan tetap dan ringan.
- 7) 1 orang nasabah dapat mengajukan pinjaman maksimal 5 paket.
- 8) Nilai pembiayaan Umrah minimal Rp. 10.000.000 – maksimal Rp. 150.000.000. Syarat dan Ketentuan:
 - 1) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah.
 - 2) Maksimal usia 65 tahun.
 - 3) Surat Persetujuan Suami/Istri.
 - 4) Nasabah wajib membuka Rekening Tabungan atau Giro di BRISyariah.
 - 5) Diperkenankan pendapatan gabungan dengan pasangan (suami/istri).

- 6) Ada jaminan bisa berupa : Emas, Deposito, mobil/motor dengan BPKB, atau tanah bangunan bersertifikat SHM/SHGB.

B. Deskripsi Data

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan pembagian nisbah terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah ponorogo. Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan angket secara langsung kepada responden sebanyak 72 kuesioner yang berhasil ditemui pada saat melakukan pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *mudharabah*. Agar bisa mendapatkan gambaran umum responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan. Dari data pengolahan kuesioner diperoleh data sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden-responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik-karakteristik penelitian yang terdiri dari:

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah BRI Syariah Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	51	71%
2	Laki-laki	21	29%
	Total	72	100%

Sumber data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.1 tersebut dapat diketahui bahwa dari 72 responden, yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden dengan persentase 71%, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 21 responden dengan persentase 29%.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25 tahun	13	4.8	4.8	4.8
	26-35 tahun	22	35.5	35.5	40.3
	36-45 tahun	17	27.4	27.4	67.7
	46-55 tahun	20	32.3	32.3	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, dapat diketahui tentang usia nasabah BRI Syariah Ponorogo yang diambil sebagai

responden sangat variatif. Responden dengan umur 26-35 menempati presentase tertinggi yaitu 35,5%, diikuti responden dengan usia 46-55 tahun sebesar 32,3%, diikuti usia 36-45 tahun sebesar 27,4%, dan usia 15-25 tahun sebesar 4,8%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah mereka yang berumur dewasa.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir responden, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu SD,SLTP,SLTA, dan S1. Adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah pembiayaan *murabahah* dan *mudharabah* di BRI Syariah Ponorogo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA/Sederajat	10	14%
2	Akademi (D1/D2/D3/D4)	39	54%
3	S1	23	32%
4	S2	0	0%
5	S3	0	0%
	Total	72	100%

Sumber data yang diolah, 2018

Dari tabel 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir akademi (D1/D2/D3/D4) merupakan responden terbanyak dengan jumlah 39 orang dengan persentase 54%, selanjutnya tingkat pendidikan S1 dengan jumlah 23 orang dengan persentase 32%, dan tingkat pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah 10 orang dengan persentase 14%.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden, peneliti mengelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu wiraswasta, pegawai swasta, dan RT. Adapun data mengenai jenis pekerjaan nasabah pembiayaan *murabahah* dan *mudharabah* di BRI Syariah Ponorogo sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RT	7	11.3	11.3	
	Swasta	37	51.6	51.6	72.9
	Wiraswasta	28	37.1	37.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Sumber data yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan di atas, dapat diketahui tentang jenis pekerjaan nasabah di BRI Syariah Ponorogo yang diambil sebagai responden. Jenis pekerjaan paling banyak adalah sebagai pegawai swasta sebesar 51,6%, wiraswasta sebesar 37,1%, dan RT sebesar 11,3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah bekerja sebagai pegawai swasta.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Data yang diuji sebanyak 72 responden dengan menggunakan *SPSS for windows versi 24*. Hasil pernyataan kuesioner dinyatakan valid apabila memiliki koefisien positif dan lebih besar dari r_{table} . Besarnya r_{table} df $(n-2) = 72 - 2 = 70$; pada df 70 diperoleh dengan $\alpha = 5\%$; besarnya $r_{table} = 0,2319$. Teknik analisis yang dipergunakan adalah korelasi *product momen Pearson*, dengan mengacu pada nilai *corrected item total correlation*. Berikut hasil uji validitas pada masing-masing variabel:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation	Nilai r_{table} minimal	Hasil
Kualitas Produk Murabahah (X1)	KP 1	0,683	0,2319	Valid
	KP 2	0,820	0,2319	Valid
	KP 3	0,721	0,2319	Valid
	KP 4	0,778	0,2319	Valid
Pembagian Nisbah Mudharabah (X2)	PN 1	0,625	0,2319	Valid
	PN 2	0,717	0,2319	Valid
	PN 3	0,753	0,2319	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	KEP 1	0,750	0,2319	Valid
	KEP 2	0,704	0,2319	Valid
	KEP 3	0,576	0,2319	Valid

Sumber data yang diolah, 2018

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa indikator untuk variabel *tkualitas produk murabahah*, penghargaan dan kinerja manajerial dinyatakan semua valid karena mempunyai *Corrections item total correlation* yang lebih besar dari r_{table} sehingga indikator dari variabel ini dapat digunakan pengujian tahap selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan instrumen (alat ukur) berupa kuesioner. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator-indikator konstruk yang telah melalui pengujian validitas, dan dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,70.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
1	Kualitas Produk <i>Murabahah</i>	0,781	Reliabel
2	Pembagian Nisbah <i>Mudharabah</i>	0,777	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah	0,767	Reliabel

Sumber data yang diolah, 2018

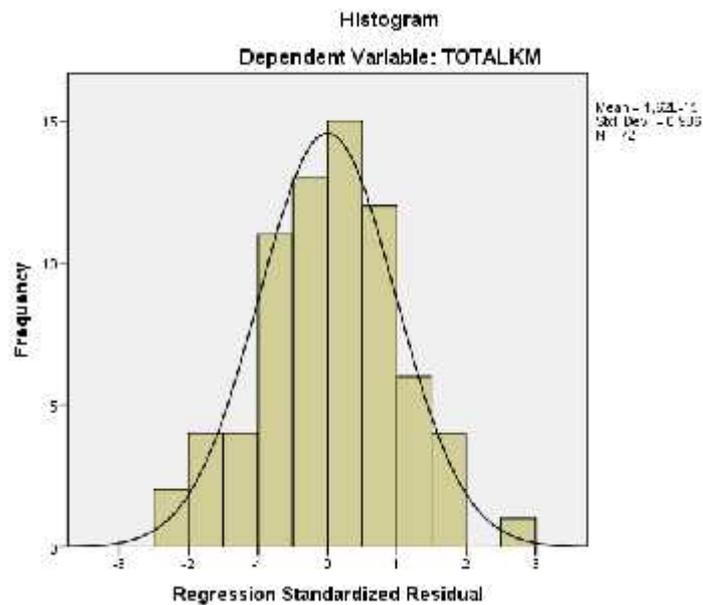
Nilai reliabilitas konsisten ditunjukkan dalam tabel di atas, untuk koefisien alfa dinyatakan reliabel karena memiliki nilai di atas 0,70. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing indikator

dalam variabel-variabel penelitian dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian.

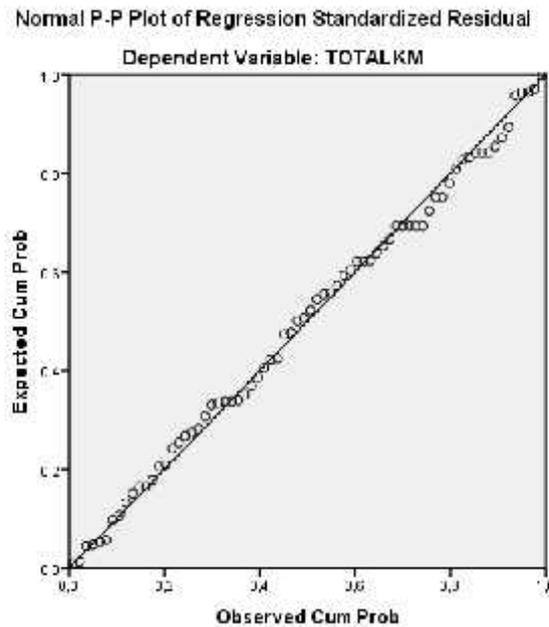
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar grafik histogram dan grafik P-P Plot berikut ini:



Gambar 4.8 Grafik Histogram



Gambar 4.9 Normal Probability Plot

gambar 4.1 dan 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram membentuk lonceng (melengkung) sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Sedangkan grafik P-P Plot memperlihatkan titik-titik pada grafik P-P Plot menyebar berhimpitan mengikuti garis diagonal, sehingga menunjukkan data terdistribusi secara normal. Kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas tersebut dipertegas dengan uji statistik *one-sample Kolmogorov-Smirnov* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji statistik *one-sampleKolmogorovSmirnov*

One-SampleKolmogorovSmirnov		
UnstandardizedResidual		
N		72
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,09007042
MostExtremeDifferences	Absolute	0,054
	Positive	0,054
	Negative	-0,037
Kolmogorov-Smirnov Z		0,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber data yang diolah, 2018

Pada uji normalitasresidual dikatakan data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi residual lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Dilihat dari tabel 4.8 di atas diketahui nilai *KolmogorovSmirnov* sebesar 0,054 sedangkan nilai *AsympSig* (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikan residual yaitu $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data terdistisbusi secara normal.

b. Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana kedua variabel yaitu variabel kualitas produk murabahah (X_1) dan pembagian nisbah mudharabah (X_2) secara parsial terhadap

kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) dengan dibantu program SPSS 16.0 dalam perhitungannya diperoleh hasil masing-masing adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh kualitas produk murabahah (X1) terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y).

Tabel 4.11
Uji Regresi Linier Sederhana X1 dan Y

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.546	.298	.290

Sumber: Data diolah 2018

Untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas produk murabahah dan kepuasan nasabah maka dapat dilihat dari R pada tabel Model Summary yaitu sebesar 0,546. Nilai ini mempunyai arti bahwa hubungan kedua variabel tersebut adalah cukup, artinya jika variabel kualitas produk murabahah meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Tabel 4.12
Uji Regresi Linier Sederhana X1 dan Y

ANOVA					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	126.531	1	126.531	34.446

	Residual	297.541	81	3.673	
	Total	424.072	82		

Sumber: Data diolah 2018

Hubungan antara variabel kualitas produk murabahah dan kepuasan nasabah signifikan jika dilihat dari angka signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan ketentuan, jika angka signifikan < 0,05, hubungan antara kedua variabel tersebut adalah signifikan.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas yaitu kualitas produk murabahah (X1) terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) dapat dilihat dari R square yaitu sebesar 0,298 yang berarti bahwa peran atau kontribusi kualitas produk murabahah mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo sebesar 29,8%.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen dapat dilihat nilai F pada tabel anova. Dari tabel di atas, diperoleh nilai F sebesar 34,446 dengan signifikan 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$, df 81 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,96. Karena nilai F hitung > F tabel (34,446 > 3,96) berarti kualitas produk murabahah

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y).

Tabel 4.13
Uji Regresi Linier Sederhana X1 dan Y

		Coefficients			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.063	1.637		4.315
	Totkp	.595	.101	.546	5.869

Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada regresi sederhana ini adalah:

$$Y = 7,063 + 0,595X$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) $a = 7,063$ adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu kualitas produk murabahah (X1) sama dengan 0, maka besarnya variabel kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) adalah 7,063 satuan.
- 2) $b_1 = 0,595$ adalah nilai koefisien regresi variabel kualitas produk murabahah (X1), yang berarti setiap

peningkatan atau penambahan variabel kualitas produk murabahah (X1) sebesar satu satuan, maka variabel terikat yaitu kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) akan meningkat sebesar 0,595 satuan.

Dari tabel di atas, analisis regresi sederhana diperoleh nilai t adalah 5,869 dengan signifikan 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$, df 81 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,989. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($5,869 > 1,989$) berarti kualitas produk murabahah (X1) signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y).

Dengan uraian seperti di atas, maka:

H1 : Kualitas produk *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo, dapat diterima.

2) pengaruh pembagian nisbah *mudharabah* (X2) terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y)

Tabel 4.14
Uji Regresi Linier Sederhana X2 dan Y

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.478	.229	.219

Sumber: Data diolah 2018

Untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel pembagian nisbah mudharabah dan kepuasan nasabah maka dapat dilihat dari nilai R pada tabel Model Summary yaitu sebesar 0,478. Nilai ini mempunyai arti bahwa hubungan kedua variabel tersebut adalah cukup, artinya jika variabel pembagian nisbah mudharabah meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Tabel 4.15
Uji Regresi Linier Sederhana X2 dan Y

		ANOVA			
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F
1	Regression	97.070	1	97.070	24.045
	Residual	327.002	81	4.037	
	Total	424.072	82		

Sumber: Data diolah 2018

Hubungan antara variabel pembagian nisbah mudharabah dan kepuasan nasabah signifikan jika dilihat dari angka signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan ketentuan, jika angka signifikan < 0,05, hubungan antar kedua variabel tersebut signifikan.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas yaitu pembagian nisbah mudharabah (X2) terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) dapat

dilihat dari R square yaitu sebesar 0,229 atau 22,9%, yang berarti bahwa peran atau kontribusi pembagian nisbah mudharabah mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) sebesar 22,9%.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat nilai F pada tabel anova. Dari tabel di atas, diperoleh nilai F sebesar 24,045 dengan signifikan 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$ df 81 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,96. Karena nilai F hitung > F tabel ($24,045 > 3,96$) berarti pembagian nisbah mudharabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y).

Tabel 4.16
Uji Regresi Linier Sederhana X2 dan Y

Model		Coefficients			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.876	1.589	.478	5.587
	Totpn	.588	.120		4.904

Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada regresi sederhana ini adalah:

$$Y = 8,876 + 0,588 X$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui bahwa:

- 1) $a = 8,876$ adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu pembagian nisbah mudharabah (X_2) sama dengan 0, maka besarnya variabel kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) adalah 8,876 satuan.
- 2) $b_1 = 0,588$ adalah nilai koefisien regresi variabel pembagian nisbah mudharabah (X_2), yang berarti setiap peningkatan atau penambahan variabel pembagian nisbah mudharabah (X_2) sebesar satu satuan, maka variabel terikat yaitu kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y) akan meningkat sebesar 0,588.

Dari tabel di atas hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai t adalah sebesar 4,904 dengan signifikan 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$, df 81 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,989. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,904 > 1,989$) berarti pembagian nisbah mudharabah signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y).

H2 : Pembagian nisbah mudharabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo (Y), dapat diterima.

c. Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk Murabahah dan Pembagian Nisbah Mudharabah terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah. Dari data kuesioner yang telah ditabulasikan dan dilakukan analisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan program *SPSS IBM Statistic 21* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Nasabah

a : Konstanta

X₁ : Kualitas Produk Murabahah

X₂ : Pembagian Nisbah Mudharabah

b₁ : Koefisien regresi X₁

b₂ : Koefisien regresi X₂

Berikut ini akan dijelaskan pengaruh variabel kualitas produk murabahah dan pembagian nisbah mudharabah terhadap kepuasan nasabah melalui pengujian regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.17
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,481	2,340		3,624	0,001
Total Kualitas Produk	0,340	0,093	0,376	3,642	0,001
Total Pembagian Nisbah	0,262	0,077	0,351	3,396	0,001

Sumber data yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 8,481 + 0,340X_1 + 0,077X_2$$

- Konstanta (a) sebesar 8,481 artinya nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel bebas yaitu kualitas produk murabahah dan pembagian nisbah mudharabah. Dengan ini konstanta 8,481 artinya tanpa adanya pengaruh variabel kualitas produk maka kepuasan nasabah tetap memiliki nilai 8,481.
- Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,340 memiliki pengertian bahwa apabila terjadi peningkatan variabel kualitas produk murabahah sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,340 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

- c. Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,077 memiliki pengertian bahwa apabila terjadi peningkatan variabel pembagian nisbah mudharabah sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,077 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t atau uji parsial ini digunakan untuk menguji signifikansi hasil dari uji regresi linier berganda. Hasil uji signifikansi t diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18

Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,481	2,340		3,624	0,001
Total KP	0,340	0,093	0,376	3,642	0,001
Total PN	0,262	0,077	0,351	3,396	0,001

Sumber data yang diolah, 2018

1. Variabel Kualitas Produk *Murabahah*

Dari tingkat signifikansi t sebesar $0,001 < 0,05$, maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian uji

t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk *Murabahah* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Variabel Pembagian Nisbah *Mudharabah*

Dari tingkat signifikansi t sebesar $0,001 < 0,05$, maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian uji t dapat disimpulkan bahwa Pembagian Nisbah *Mudharabah* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun hasil pengujian signifikansi F sebagai berikut:

Tabel 4.19

Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regreession	173,344	2	86,672	19,282	0,000
Residual	310,156	69	4,495		
Total	483,500	71			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa diperoleh F_{hitung} sebesar 19,282 dan F_{tabel} sebesar 2,73 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan tingkat

signifikan yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk *Murabahah* dan Pembagian Nisbah *Mudharabah* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas serta berdasarkan data yang peneliti peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel persepsi kualitas produk *murabahah* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah didapatkan dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai t adalah 5,869 dengan signifikansi 0,438. Dengan $\alpha = 0,05$, df 60 maka diperoleh nilai t hitung sebesar 1,666. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,869 > 1,666$).
2. Secara parsial variabel pembagian nisbah berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai t adalah 4,904 dengan signifikansi 0,868. Dengan $\alpha = 0,05$, df 60 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,671. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,904 > 1,666$).
3. Secara simultan variabel persepsi kualitas produk *murabahah* dan pembagian nisbah *mudharabah* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo diperoleh nilai F sebesar 2,73 dengan signifikansi 0,710. Dengan $\alpha = 0,05$, df 60 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,73. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19,282 > 2,73$).

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi:

1. Manajemen BRI Syariah Ponorogo disarankan untuk terus berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang akan mereka pasarkan kepada nasabah atau calon nasabah, seperti menciptakan produk baru, memperbarui produk yang telah ada agar produk memiliki banyak ragam yang dengan mudah dipilih oleh nasabah, strategi, dan cara tersebut sangat penting untuk mendorong meningkatkannya citra dan komitmen nasabah untuk memilih produk yang ada di BRI Syariah Ponorogo di masa depan.
2. Manajemen BRI Syariah Ponorogo diharapkan juga mempermudah syarat dan memperbanyak pilihan jangka waktu dalam pengambilan suatu produk. Saran tersebut tentu sangat penting untuk menarik hati nasabah agar menggunakan produk yang ada di BRI Syariah Ponorogo.
3. Peneliti di masa datang disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, serta mencoba menambah minimal satu variabel lainnya yang diduga mempengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu, peneliti di masa datang harus mencoba menggunakan wilayah observasi yang berbeda, saran ini sangat penting untuk dicoba guna meningkatkan akurasi hasil penelitian di masa datang.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Gifari. *Analisis Statistic Untuk Bisnis Dengan Regresi, Korelasi, Dan Non Para Metrik*. Yogyakarta: BPFE, 2009.

Ali, Muhidin, Sambas dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.

Ali, Zainnudin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Andreas, Caesar *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2016.

Annual Report BRI Syariah 2010.

Antonio. *Bank Syariah*. Jakarta: Cendekia Institute, 1999.

Arikunto, Suharsimi *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Citra, 2016.

Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif (komunikasi, ekonomi, dan kebiakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

Dinar Sari, Dessica. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012.

Hasan, Hasbi. *Pemikiran Dan Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah Di Dunia Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2011

Hidayat, Rahmat *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2015.

<https://www.infoperbankan.com/artikel/pengertian-sistem-bagi-hasil-nisbah-di-bank-syariah.html>.

Imam Wahjono, Sentot. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha ilmu, 2010.

Janita, Inka *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Malang: Universitas Brawijaya, 2014.

Karim, Adiwarman. *Bank Islam*. 2007.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2008.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Mahkota Perdana, Kharisma. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Victoria Syariah Brebes.*” Brebes: Universitas Dian Nuswantoro, 2012.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012.

Muhammad. *Metode Penelitiann Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.

Muharomah, Laelatul. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Natijatul Umat Babadan Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017.

Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Terj, Principles Of Marketing, Jild. 1. Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Purnamasari, Yulia. "*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online*." Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha, 2015.

Putri, Novia Wawancara. Ponorogo, 19 April 2018.

Rianty, Adella. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah*." Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017

Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economic*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Silalahi, Ulber *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Revika Aditama, 2012.

Soehartono, Irwan *Metode Penelitian Sosial, Suatu Tehnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhidin. *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Sumarni, Murti *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta 2011.

Sunyoto, Danang *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.

Sunyoto. *Prosedur Uji Jipotesis Untuk Riset Ekonomi*. Bandung; Alfabeta, 2012.

Susetyo, Budi *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan Dengan SPSS Dan MS Office Excel*. Bandung: Refika Aditama, 2010.

Suwarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.

Syairozi, Muhammad. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang*. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 1997.

Tri Cahyono, Danang. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah Di BMT IKPM Gontor Ponorogo*. Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2014.

Tristiana, Ani *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2016.

Wijanarko, Gatot. *Hasil Wawancara*, 03 Maret 2018

Wijanarko, Gatot. *Hasil Wawancara*. 03 Maret 2018.