ANALISIS KUALITAS PRODUK TABUNGAN FAEDAH DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI SYARI'AH KANTOR CABANG MOJOKERTO

SKRIPSI

Oleh :

DEDEK KURNIAWAN

NIM : G94214164

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama	:	Dedek Kurniawan
NIM	:	G94214164
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi		Analisis Kualitas Produk Tabungan Faedah dan Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syari'ah Kantor Cabang Mojokerto

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 22 Juni 2019

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL 20
B0A57AFF669696566
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Dedek Kurniawan

NIM. G94214164

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dedek Kurniawan NIM G94214164 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 13 Juni 2019

Pembimbing,

Fatikul Himami. M.EI

NIP 198009232009121002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Dedek** Kurniawan NIM. G94714164 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 18 Juli 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

Fatikul Himami, MEI

NIP.198009230091210 02

Penguji II

H. Muhammad Yazid M,Si

NIP. 197311171998031003

Penguji III

Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I.

NIP. 197710302008011007

Penguji IV

Andhy Permadi, M.Kom

NIP. 198110142014031002

Surabaya, 31 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Dr. H. Ah Ali Arifin M.M

NIP 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Dedek Kurniawan
NIM	: G94214164
Fakultas/Jurusan	: FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address	: dedikkurniawan695@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
■ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
ANALISIS KUALITAS PRODUK TABUNGAN FAEDAH DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI SYARIAH KANTOR CABANG MOJOKERTO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Agustus 2019

Penulis

(Dedek Kurniawan)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Perbankan merupakan salah satu bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. khususnya perbankan syariah. Perbankan syariah dituntut sebagaimana dengan fungsinya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat. Akan tetapi, pesatnya pertumbuhan perbankan syariah tidak sejalan dengan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah, tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Mojokerto.

Jenis Penelitian ini yaitu Kuantitatif Asosiatif merupakan tipe penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yaitu metode kuesioner, dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BRI Syari'ah kantor cabang Mojokerto. Metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik serta uji t dan uji f dengan bantuan software SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,316 dengan arah positif dan signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. begitu juga kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,175 dengan arah positif dan signifikansi 0,035 lebih kecil dari 0,05. ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 8,693 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05.

Sebaiknya Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto dapat lebih memerhatikan kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam karena kualitas produk dan pelayanan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Nantinya juga dapat memperbanyak nasabah – nasabah baru yang bisa memenangkan daya saing antar produk tabungan bank lain.

Kata *Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINILITAS iii
SURAT PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TRANSLITERASI xi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 10
D. Kegunaan Hasil Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA 11
A. Landasan Teori 11
1. Pengertian *Marketing* 11
2. Pengertian Syariah Marketing 14
3. Perbankan Syariah 15
4. Tabungan Faedah BRI Syariah 20
5. Kualitas Produk 22
6. Kualitas Pelayanan 26
7. Kepuasan Nasabah 33
B. Penelitian Terdahulu 37
C. Kerangka Konseptual 45
D. Hipotesis 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN 47
A. Jenis Penelitian 47
B. Waktu dan Tempat Penelitian 48
1. Waktu Penelitian 48
2. Tempat Penelitian 48
C. Populasi dan sampel Penelitian 48
1. Populasi 48
2. Sampel 49
D. Variabel Penelitian 50
E. Definisi Operasional 52
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 53
1. Uji Validitas 53
2. Uji Reliabilitas 53
G. Jenis Data dan Sumber Data 54
1. Jenis Data 54
2. Sumber Data 54
H. Teknik Pengumpulan Data 55
1. Kuesioner 55
2. Studi Kepustakaan 56
I. Teknik Analisis Data 57
1. Jenis Analisis 57
2. Uji Hipotesis 64

BAB IV HASIL PENELITIAN 68
A. Gambaran Umum Perusahaan 68
1. Sejarah Bank BRI Syariah 68
2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah 69
3. Budaya Kerja Bank BRI Syariah 69
4. Produk Bank BRI Syariah 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto 74
B. Hasil Penelitian 77
1. Uji Validitas 77
2. Uji Reliabilitas 78
3. Analisis Deskriptif Responden..... 79
4. Uji Asumsi Klasik 82
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda 87
6. Pengujian Hipotesis..... 89

BAB V PEMBAHASAN 92
A. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah Terhadap Kepuasan Nasabah 92
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan..... 93
C. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah dan Kualitas Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah 95
D. Perbandingan Keunggulan Produk Tabungan Faedah dengan Produk Tabungan BNI Hasanah 97

BAB V PENUTUP 99
A. Kesimpulan 99
B. Saran 100

DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN 104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah	2
3.1	Hasil Uji Autokorelasi	61
4.1	Hasil Uji Validitas	77
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	78
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	79
4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	80
4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung	80
4.7	Hasil Uji Normalitas	83
4.8	Hasil Uji Multikolonieritas	84
4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
4.10	Hasil Uji Autokorelasi	86
4.11	Hasil Analisis X_1, dan X_2 terhadap Y	87
5.1	Hasil Koefisien X1	91
5.2	Hasil Koefisien X2	93
5.3	Hasil F hitung	94
5.5	Hasil Constanta X1, X2,	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank sebagai lembaga intermediasi, menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Di dalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank di Indonesia telah memperluas daerah operasinya dengan cara membuka kantor-kantor cabang di perkotaan dan kantor-kantor kas di wilayah kecamatan, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya. Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan, semakin kuat dukungan dari Pemerintah, dunia usaha.[1]

Perbankan harus menyesuaikan diri dengan prinsip-prinsip keuangan yang berbasis syariah. Berkembangnya perbankan syariah diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Dengan disahkannya UU Perbankan No. 10 tahun 1998 menambah kuatnya eksistensi perbankan syariah. Pada saat krisis moneter pada tahun 1998 telah menjatuhkan bank-bank konvensional dan banyak dari bank konvensional yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya, sementara perbankan syariah dapat tetap eksis

[1] Betty Rahayu, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tehadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang", *Trisula,* 5 (Agustus, 2017) :464-476

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan mampu bertahan. Tidak hanya itu, saat kembali terjadi krisis keuangan global di akhir tahun 2008, lembaga keuangan syariah kembali membuktikan daya tahannya terhadap krisis.

Tabel 1.1.
Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Keterangan	2015	2016	2017	Juni 2018
Bank Umum Syariah				
- Jumlah bank	12	12	13	13
- Jumlah kantor	1.990	1.799	1.681	1.827
Unit Usaha Syariah				
- Jumlah bank	22	22	21	21
- Jumlah kantor	311	328	285	349
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)				
- Jumlah bank	163	165	166	168
- Jumlah kantor	446	435	451	459
Total Bank	197	199	200	202
Total Kantor	2.747	2.562	2.417	2.635

Sumber: Bank Indonesia, Feb 2018

Bank syariah merupakan bank yang berpedoman pada Al-Quran dan As-Sunnah dalam semua kegiatan operasionalnya. Dari tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa pada tahun 2016 dan 2017, banyaknya kantor dan unit usaha syariah mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan adanya konsolidasi bank syariah. Kemudian pada bulan Juni tahun 2018 mengalami peningkatan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan industri keuangan syariah tumbuh signifikan pada tahun ini. Sampai Februari 2018, industri keuangan syariah tumbuh 25% dengan total aset mencapai Rp1.118 triliun. Pada 2016 industri keuangan syariah tumbuh sebesar 29,8% atau lebih tinggi dari tahun sebelumnya sebesar 27%. Di 2017 secara dinamika industri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuangan syariah tumbuh 27%. Tumbuhnya industri keuangan syariah membuat peringkat Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi dan peran industri keuangan syariah di dunia naik peringkat. Meskipun industri syariah pertumbuhannya sehat dan tinggi, tapi akses masyarakat masih sangat terbatas. OJK mencatat tingkat inklusi syariah hanya 11,6% atau masih rendah dibandingkan tingkat inklusi keuangan nasional sebesar 67%. [2]

Kepuasan nasabah merupakan tujuan dari pemenuhan laba untuk masa-masa yang akan datang. Kepuasan nasabah didasarkan pada upaya pengurangan kesenjangan. Irawan berpendapat bahwa kepuasan nasabah terletak pada ekspektasi nasabah, oleh sebab itu strategi kepuasan nasabah harus didasarkan pada pengetahuan yang rinci atau mendalam dan akurat terhadap ekspektasi harapan nasabah.[3] Nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan nilai dari penyedia jasa perbankan.

Kepuasan nasabah sangat penting bagi bank syariah untuk membuat kelangsungan usahanya dapat bertahan. Nasabah yang merasa puas akan memberikan loyalitas kepada pihak perbankan. Rasa puas nasabah pendahulu akan menular kepada nasabah baru, yang mana hal ini akan menambah banyaknya nasabah. Menurut pendapat Kotler dalam Kasmir, kepuasan nasabah merupakan penilaian dari nasabah atas penggunaan barang ataupun

---

[2] "*mengintip skema bisnis syariah di semua lini*" www.economy.okezone.com di akses 26 mei 2019

[3] Irawan, 10 *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elex Media Komputind), 2012, hlm. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.[4] Gagalnya sebuah bank untuk menjadikan nasabahnya merasa puas akan memunculkan permasalahan yang beragam. Nasabah yang tidak puas biasanya akan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain. Dampaknya calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.[5]

Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk dan kualitas pelayanan. Produk yang diinginkan nasabah adalah produk yang bernilai, artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing.[6] Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang dapat memberikan atau kinerja yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk diperoleh dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut.

Kualitas tidak hanya terdapat pada produk yang dihasilkan saja, tetapi juga pada pelayanan yang diterima oleh para nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan nasabah, dimana kepuasan ini

---

[4] Kasmir, *Pemasaran Bank,* Jakarta: Kencana), 2012, hlm. 263

[5] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empa), 2016, hlm. 70

[6] Dita dan Sendang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah", *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 2017, 1-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan hal penting bagi suatu bank untuk bertahan bahkan memenangkan persaingan antar perbankan.

Pelayanan sangat penting dilakukan pada sektor perbankan. Pelayanan merupakan perilaku bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Masalah dalam hal pelayanan khususnya dibagian *Customer Service* kurang begitu murah senyum dalam melayani nasabah yang sedang meminta informasi.[7]

Menurut Arifin ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain

1. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
3. Tidak menipu *(Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
4. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

[7] Betty Rahayu, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tehadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang"

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
6. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.[8]

Pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa yang pada dasarnya pengguna jasa akan memberikan apa yang menjadi harapan pengguna jasa. Secara otomatis akan membuat nasabah merasa loyal dan mampu menarik nasabah baru sehingga menjadikan keuntungan bagi suatu lembaga keuangan mikro syariah atau perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah.

Beberapa penelitian mengenai kepuasan nasabah telah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anifaturohmah dan Hanifah (2015), bila dilihat dari perspektif ekonomi islam kualitas pelayanan yang ada di UD Cita Rasa dalam segi pelayanannya tentang kejujuran, bertanggung jawab, dapat dipercaya, tidak menipu, melayani dengan khitmah tercermin dari para pekerja setiap harinya. Mereka bekerja dengan semangat dan penuh senyuman.

[8] Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah", *Nalar Fiqh*, 2 (Desember, 2014): 113-126

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sitinjak (2016), hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk islami, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Salma (2015) menunjukkan bahwa kualitas jasa perspektif islam bepengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Rohman (2017) menunjukkan bahwa pelayanan pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen.

PT. Bank BRI Syariah didirikan pada tanggan 17 November 2008 yang merupakan akuisisi dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007, setelah memperoleh izin dari Bank Indonesia (BI) pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008.[9] BRI Syariah merupakan sebuah bank ritel modern yang terkenal dengan layanan keuangan sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah dengan jangkauan paling mudah. BRI Syariah dengan sekuat tenaga memberikan pelayanan yang prima dan menawarkan bergabagi macam produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Agar bisa bersaing dengan bank syariah maupun bank konvensional lainnya, BRI Syariah meluncurkan produk Tabungan Faedah (Fasilitas Serba Mudah) pada pertengahan tahun 2013. Tabungan Faedah BRI Syariah iB,

[9] "Sejarah", http://brisyariah.co.id/?q=sejarah, akses 28 November 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan produk simpanan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan.[10] Fasilitas yang ditawarkan antara lain bebas administrasi bulanan, bebas biaya bulanan untuk ATM, bebas biaya tarik tunai di ATM BRI, ATM Bersama, dan ATM Prima, bebas cek saldo, bebas transfer *online* ke 83 bank melalui *mobile* BRIS, tidak ada biaya debit PRIMA, serta bebas transfer ke rekening bank lain melalui kartu ATM.

BRI Syariah di Mojokerto memiliki satu kantor cabang dengan tiga kantor cabang pembantu. Alamat kantor cabang BRI Syariah Mojokerto di Jalan Mojopahit No 146, Margelo, Kranggan, Prajurit Kulon, Kota Mojokerto. Pentingnya penelitian ini dilakuan karena adanya persaingan yang sangat ketat antar bank syariah di Mojokerto.

Fenomena ini tentunya harus direspon oleh pihak bank BRI Syariah kantor cabang Mojokerto sendiri. Dengan semakin banyaknya perbankan syariah yang membuka unit syariah hal ini berarti semakin kuatnya persaingan yang terjadi dalam mencari calon nasabah, dan mempertahankan nasabah yang sudah ada dengan selalu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang merupakan faktor yang sangat penting.

Subjek penelitian ini adalah nasabah pada tabungan Faedah dengan tujuan agar responden dalam memberikan penilaian akan beraneka ragam. Apabila dibandingkan dengan nasabah bagian pembiayaan, besar kemungkinan akan menilai pelayanan bank dengan pendapat baik karena

---

[10] "Tabungan BRI Syariah iB", http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah akses 28 November 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah bagian pembiayaan ini telah terbantu oleh bank. Hal ini tidak sesuai dengan karakteristik nasabah yang pastinya lebih pemilih dalam memberikan penilaian terhadap kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan bank.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai penelitian yang berhubungan dengan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Kualitas Produk Tabungan Faedah, dan Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara parsial?
2. Apakah kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara parsial?
3. Apakah kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara simultan?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk tabungan Faedah terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara parsial.
2. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara parsial.
3. Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto secara simultan.

D. Kegunaan Hasil penelitian

Selain tujuan yang hendak dicapai tersebut, kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah dan sebagai implementasi pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi praktisi perbankan syariah

   Untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto dalam menentukan produk dan memberikan pelayanan kepada para nasabah.

3. Bagi akademisi

   Menambah bahan referensi dalam penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah kantor cabang Mojokerto serta sebagai masukan pada penelitian yang akan datang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian *Marketing*

Marketing atau pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan serta bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. [11]

Secara spesifik pengertian pemasaran bagi perbankan adalah:[12]

a. Mengidentifikasikan pasar yang paling menguntungkan sekarang dan dimasa yang akan datang
b. Menilai kebutuhan nasabah atau anggota saat ini dan masa yang akan datang
c. Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut
d. Promosi untuk mencapai sasaran

Konsep pemasaran yang harus diketahui antara lain :[13]

a. Kebutuhan yaitu suatu keadaan dimana seseorang merasa kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu atau biologis. Contohnya : makan,

[11] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 2011, hlm. 9

[12] Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2011, hlm. 194

[13] Ibid, hlm. 192

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pakaian, tempat tinggal, keamanan, dan lain-lain. Pada Bank Syari'ah : produk-produk ditawarkan oleh Bank Syari'ah.

b. Keinginan yaitu hasrat yang kuat akan pemuasan kebutuhan pokok. Contohnya : nasi putih, es jeruk dan sebagainya. Pada Bank Syari'ah, keinginan merupakan nilai tambah yang didapatkan oleh nasabah ketika melakukan transaksi.

c. Permintaan yaitu keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan dalam hal keuangan dan kemauan untuk membelinya. Keinginan akan menjadi suatu permintaan jika didukung oleh daya beli. Pada Bank Syari'ah, permintaan merupakan aneka produk yang disediakan oleh Bank Syari'ah

d. Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk yang ditawarkan dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa dan ide. Produk Bank Syari'ah yaitu berbagai jenis produk funding bahkan produk jasa yang dikembangkan Bank Syari'ah

e. Nilai yaitu penafsiran nasabah atas semua keunggulan produk Bank Syari'ah untuk memuaskan kebutuhannya

f. Biaya yaitu segala sesuatu yang disimbolkan dengan uang yang dikorbankan untuk memperoleh kepuasan akan kebutuhan

g. Kepuasan yaitu seseorang yang merasa puas dimana terdapat perbandingan antara kesan yang dirasakannya dengan kinerja suatu produk dan ekspektasi harapannya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Pertukaran yaitu suatu aksi untuk memperoleh produk yang diinginkannya dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai suatu timbal baliknya

i. Pasar yaitu keseluruhan nasabah potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama, bersedia dan mampu melakukan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan

Dalam rangka memperoleh hasil pemasaran sesuai harapan, ada beberapa tahapan yang harus diikuti yaitu sebagai berikut:[14]

a. Pengenalan pasar yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengidentifikasi potensi seperti konsumen dan mengidentifikasi kebutuhannya.

b. Strategi pemasaran yaitu tindak lanjut dari pengenalan pasar, mengenai strategi yang digunakan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh kalayak ramai.

c. Bauran pemasaran yaitu alat yang digunakan untuk menjalankan strategi yang telah ditetapkan. Hal ini meliputi bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi, sistem distibusi dan promosi menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan sehingga sesuai dengan ekspektasi konsumen yang ingin dicapai.

d. Evaluasi yaitu penilaian yang harus dilakukan untuk mengetahui sampai dimana kegiatan pemasaran dijalankan dan tindakan apa yang akan dilakukan untuk memperbaikinya.

[14] Ibid, hlm. 194

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengertian Syariah Marketing

Menurut bahasa, syari'ah mempunyai beberapa arti antara lain jalan yang nyata dan lurus, tangga atau tempat naik yang bertingkat-tingkat, jalan air atau jalan menuju ke tempat air (sumber)[15], sedangkan menurut istilah syari'ah adalah hukum-hukum atau undang-undang yang ditentukan oleh Allah untuk hambanya. Pengertian ini terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an dan diterangkan oleh Rasulullah SAW.[16]

"Syari'ah" (al-syari'ah) telah ada dalam bahasa arab sebelum turunnya Al-Qur'an. Kata yang bermakna sama juga ada dalam taurat dan injil.[17] Kata syari'ah dalam Al-Qur'an yaitu pada surat Al-Jatsiyah : 18

ثُمَّ جَعَلْنَٰكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ ٱلْأَمْرِ فَٱتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَآءَ ٱلَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

> "Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syari'at (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syari'at itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengikuti". (QS. Al-Jatsiyah : 18)[18]

Pemasaran syari'ah adalah disiplin bisnis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator

---

[15]Hermawan Kartajaya dan Muhamad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2016, hlm. 87

[16] Ahsin W. Al-hafidz, *Kamus Ilmu Al-qur'an*, Jakarta : Amzah, 2008, hlm. 275

[17] Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka, 20166, hlm. 22

[18] Departeman Agama RI, "Alqur'an dan Terjemahnya" Bandung: CV Diponegoro, 2015, hlm. 399

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada *stakeholde*mya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah.[19] Jadi pemasaran syari'ah dilaksanakan menurut hakikat Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Inti sari dari pemasaran syari'ah adalah integritas dan keterbukaan, sehingga pemasar harus jujur dan konsumen membeli karena keinginan dan kebutuhannya. Konsep pemasaran syariah pada hakikatnya tidak jauh berbeda dari konsep pemasaran pada umumnya. Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang benilai satu sama lain.[20]

3. **Perbankan Syariah**

Bank syariah adalah bank dimana dalam operasionalnya mengumpulkan dan mendistribusikan dananya menggunakan bagi hasil berdasarkan prinsip syariah.[21] Bank syariah merupakan bank seluruh kegiatan operasionalnya berpedoman pada prinsip-prinsip dasar syariah, yaitu beroperasi mengacu pada Al Qur'an dan Hadist, terutama yang berkaitan dengan cara bekerja sesuai ajaran Islam.

---

[19] Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *op.cit*, hlm. 26

[20] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 2011, hlm. 11

[21] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016, hlm. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bank syariah merupakan lembaga *intermediary* atau penghubung antar satu-satuan organisasi masyarakat atau unit-unit ekomoni yang mengalami keuntungan (*surplus unit*) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (*defisit unit*). Kelebihan dana tersebut oleh bank diberikan kepada orang-orang yang memerlukan dan memberikan timbal balik kepada kedua belah pihak.[22]

Secara garis besar prosuk perbankan syariah dapat dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

a. Produk Penyaluran Dana

1) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*). Dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan dan dijelaskan terlebih dahulu termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat 3 jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:

a) *Ba'i Al Murabahah*, jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

[22] Arifin, Zainul. "*Dasar-dasar manajemen Bank Syariah*". Tangerang: Azkia Publisher, 2009, hlm. 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) *Ba'i Assalam*, jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya.

c) *Ba'i Al Istishna*, bagian dari *Ba'i Assalam* akan tetapi *Ba'i Al Istishna* biasa dipakai dalam bidang perdagangan. Semua peraturan *Ba'i Al Istishna* mengacu pada *Ba'i Assalam* akan tetapi pembayaran dapat dibayarkan lebih dari satu kali (dapat diangsur).

2) Prinsip *Ijarah* (Sewa). Adanya kesepakatan untuk atas sewa dimana terjadi pemindahan hak pemakaian barang atau jasa dan tidak disertai dengan pemindahan kepemilikan. Pada kasus ini bank menyewakan sarana kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan sebelumnya.

3) Prinsip *Syirkah* (Bagi Hasil) terdapat dua macam, yaitu:

a) Musyarakah merupakan produk bank syariah dimana ada dua orang atau lebih pihak yang saling bekerjasama untuk memperoleh aset (kekayaan) yang dimiliki bersama. Semua orang yang berkepentingan menyatukan sumber daya yang dimilikinya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Semua pihak memberikan kontribusi yang dimiliki yaitu berupa uang atau dana, barang, keterampilan (*skill*), ataupun aset-aset lainnya. Ketentuan atau aturan dalam musyarakah adalah pemilik modal berhak menentukan kebijakan usaha yang dijalankan pelaksana.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Mudharabah adalah kerjasama dua orang atau lebih dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal tertentu kepada pengelola modal dengan perjanjian bagi hasil. Perbedaan yang hakiki antara musyarakah dengan mudharabah adalah kontribusi atas manajemen dan keuangan pada musyarakah diberikan dan dimiliki dua orang atau lebih, sedangkan pada mudharabah modal hanya dimiliki satu pihak saja yaitu pemilik modal individu.

b. Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpun dana pada bank syariah antara lain deposito, tabungan dan giro. Prinsip dalam bank syariah antara lain sebagai berikut:

1) Prinsip Wadiah adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk giro. Lain halnya dengan *wadiah amanah*, dimana bank bertanggung jawab atas barang yang dititipkan sehingga pihak bank boleh memanfaatkan barang titipan tersebut. Sedangkan pada *wadiah yad dhamanah* barang titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.
2) Prinsip Mudharabah. Dalam prinsip mudharabah, nasabah memiliki peran sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Seluruh dana yang terhimpun lalu oleh bank dimanfaatkan untuk pembiayaan. Artinya, apabila bank memanfaatkan guna pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin akan terjadi.

c. Produk Jasa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain menyalurkan dan menghimpun dana, bank juga memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan. Bentuk pemberian jasa tersebut antara lain ebagai berikut:

1) *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing) adalah jual beli mata uang yang berbeda yang dilakukan pada waktu yang bersamaan (*on the spot*). Bank memberoleh imbalan untuk jasa jual beli valuta asing tersebut.
2) *Ijarah* (sewa) adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*), dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

4. Tabungan Faedah BRI Syariah

Tabungan Faedah BRI Syariah yang berjuta kebaikan dalam melakukan setiap transaksi. Produk tabungan yang berupa simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

Akad yang dilakukan adalah wadi'ah yad dhamanah, titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik berupa individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan sja si pihak menghendaki.

Fasilitas/ keunggulannya antara lain:

a. Beragam FAEDAh (Fasilitas Serba Mudah)
b. Ringan setoran awal Rp. 100.000,00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Gratis biaya administrasi bulanan
d. Gratis biaya Kartu ATM Bulanan
e. Biaya tarik tunai mudah diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
f. Biaya transfer murah atas jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
g. Biaya cek saldo murah di jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
h. Biaya debit prima murah*)
i. Dilengkapi dengan berbagai fasilitas e-channel berupa SMS *Banking, Mobile Banking, Internet Bangking.*

Biaya-biaya yang ada pada tabungan Faedah BRI Syariah yaitu:

a. Biaya administrasi bulanan tabungan: GRATIS
b. Biaya administrasi bulanan kartu ATM: GRATIS
c. Biaya rekening pasif: GRATIS
d. Biaya re-aktivasi rekening pasif: GRATIS
e. Biaya penggantian buku tabungan karena habis: GRATIS
f. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak: Rp 5.000,00
g. Biaya pembuatan kartu ATM karena rusak/hilang: Rp 15.000,00
h. Biaya dibawah saldo minimum: Rp 12.500,00

5. **Kualitas Produk**

a. **Pengertian Kualitas Produk**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan terutama perbankan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Kualitas produk yang baik merupakan keinginan nasabah yang harus dipenuhi, karena kualitas produk merupakan kunci keberhasilan berkembangnya kinerja perusahaan.

Menurut Assauri, kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.[23]

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas adalah ciri khas dari produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Kualitas menurut pandangan nasabah adalah sesuatu yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas menurut pandangan produsen dalam mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.[24]

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah seluruh barang atau jasa yang berkaitan

---

[23] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Konsep dasar dan Strategi*. 2015. Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 12

[24]Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2013, hlm. 06

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan harapan nasabah secara keunggulan produk sudah layak dipasarkan sesuai keinginan dari nasabah.

b. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk menurut Fandy Tjiptono yaitu:[25]

1) Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang digunakan. Misalnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan.
2) Daya tahan (*durability)* adalah usia produk untuk dapat bertahan sampai produk tersebut tergantikan. Semakin tinggi jumlah penggunaan nasabah atas produk tersebut maka semakin lama produk tersebut dapat bertahan.
3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) yaitu seberapa jauh ciri khas produk sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas, pengawasan desain, standar karakteristik operasional.
4) Ciri-ciri tambahan (*features*) yaitu karakteristik tambahan.
5) Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan kecil produk barang atau jasa akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

c. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam

[25] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2016, hlm. 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* secara umum berarti yang baik, yang murni, yang bersih, sesuatu yang baik dan keseluruhan. *Al-rizq* artinya sesuatu yang diberikan berkah oleh Allah, pemberian yang membahagiakan dan ketetapan Allah. Menurut Islam, produk nasabah adalah yang memiliki kegunaan, yang menghasilkan material, bermoral, berdampak spiritual untuk nasabah. Sesuatu yang tidak memiliki daya guna dan diharamkan atau tidak diperbolehkan dalam Islam bukan merupakan pengertian produk menurut pandangan Islam.

Firman Allah SWT dalam Al- Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

> Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.[26]

Sahal bin Abdillah mengemukakan bahwa ada beberapa hal yang harus dilakukan seseorang apabila tidak ingin menjadi penghuni neraka, yaitu makan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban seperti sholat, dan mengikuti jejak Rasulullah SAW, tidak berkelakuan seperti setan. Semua perbuatan yang tidak ada dalam syariat Islam maka

[26] Departemen Agama, *Op.Cit*, hlm, 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perbuatan itu bersumber kepada setan. Allah SWT mengatakan bahwa syetan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah SWT adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu sebagai seorang manusia yang dikaruniai akal dan pikiran oleh Allah SWT harus berhati-hati menghadapi setan yang telah bermusuhan dengan manusia sejak zaman Nabi Adam As. Syetan telah berjanji akan merusak tingkah laku anak cucu Adam As dengan sekuat tenaga bahkan rela mengorbankan jiwa.[27]

Kualitas produk selalu menjadi perhatian baik dalam bank syariah maupun bank konvensional. Meskipun demikian masih ada perbedaan yang signifikan diantara pandangan kedua jenis bank ini yaitu dalam faktori kualitas, tujuan dan caranya. Penyebab untuk bank konvensional, bank berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah cara yang diperbolehkan untuk diikuti oleh ekonom Islam dalam memproses produknya dan sesuai prinsip ekonomi syariah.

[27] Syaikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syaikh Imam Al-Qurthubi*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2009, hlm.481-483

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Secara etimologis pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti "usaha melayani kebutuhan orang lain". Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.[28]

Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.[29] Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan

---

[28] Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, hlm. 797

[29] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media, 2012, hlm.260

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.[30] Jadi kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan layanan atau jasa yang diharapkan dapat memnuhi harapan nasabah guna memberikan pelayanan yang lebih baik pada nasabah.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah islam dan diwajibkanuntuk menyembah Allah Swt sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Dalam syariah Islam dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

1) *Responsivness* (daya tanggap) adalah respon karyawan yang dilakukan dengan cepat dan tanggap terhadap permasalahan yang

[30] Fandy Tjiptono dan Gergorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi. 2016, hlm 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dihadapi nasabah. Dalam Islam komitmen harus ditepati sesuai dengan janji-janji yang diberikan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan jaminan akan pelayanan yang baik, maka besar kemungkinan pelanggan akan pindah ke perusahaan lain. Allah Swt telah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

> "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya"[31] (QS.Al-Maidah: 1)

Allah Swt telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menjalankan pekerjaan. Allah Swt berfirman:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانْصَبْ

> "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain"[32] (QS. Al-Insyirah: 7)

2) *Reliability* (keandalan) adalah kesanggupan perusahaan memberikan jasa dengan tepat dan dapat dipercaya. Indikator keandalan ini seperti pelayanan yang handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Apabila pelayanan dilakukan dengan baik maka

[31] Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV Darus Sunnah, 2015, hlm. 106

[32] *Ibid*, hlm. 596

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah akan merasa dihormati dan dihargai. Allah Swt telah berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

> "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah."[33] (QS. AlAhzab: 21)

Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga

ataupun kegiatan lainnya, beliau dapat dipercaya semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

3) *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas pelayanan, keramahtamahan, sopan dalam pelayanan, terampil memberikan informasi dan mampu membuat konsumen percaya kepada perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sebaiknya beretika dalam berkomunikasi, agar tidak memanipulasi ketika menawarkan produk ataupun berbohong. Dengan bertingkahlaku seperti itu maka perusahaan akan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang paling penting adalah tidak melanggar syariat dalam bekerja.

[33] *Ibid*, hlm. 420

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Allah Swt telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termasuk dalam Q.S Asy-Syu'araa' :181-182:

۞أَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَلَا تَكُونُواْ مِنَ ٱلۡمُخۡسِرِينَ ١٨١ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِ ١٨٢

> "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar."[34] (QS. Asy-Syu'araa' : 181-182)

4) *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan karyawan bank dalam memberikan perhatian kepada para nasabahnya. Perhatian yang diberikan oleh bank terutama karyawannya kepada nasabah harus berdasarkan keimanan untuk mengikuti seruan Allah Swt yaitu selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman

* إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

> "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran."[35] (QS. An-Nahl : 90)

5) *Tangible* (faktor fisik) antara lain penampilan fisik, sarana dan prasarana, media komunikasi dan lainnya. Hal yang penting untuk *stakeholder* keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan kegiatan

[34] *Ibid*, hlm. 374

[35] *Ibid*, hlm. 277

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

usahanya harus senantiasa memperhatikan penampilan fisik pemilik dan karyawan yaitu berpakaian santun, beretika, dan syar'i. hal ini sebagaimana yang telah Allah Swt firmankan dalam Q.S Al-A'raf : 26:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُوَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

> "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat."[36] (QS. Al-A'raf : 26)

c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis Islam, seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-qur"an dan Sunnah. Sopan santun adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan basic dari jiwa melayani (servis) dalam bisnis. Dalam salah satu hadits, Rasulullah bersabda:

عن جابربن عبد الله رضى الله عنهما انّ رسول الله صلّى الله عليه وسلّم قال رحم الله رجلا سمحا اذا باع واذا اشترى واذا قتضى (رواه البخارى)

> "Dari Jabir bin Abdullah ra, bahwasannya Rasulullah saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan." (HR. Bukhari).

[36] *Ibid*, hlm. 153

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Arifin ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu sikap yang selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya dalam menjalankan usahanya.
3) Tidak menipu (*Al-Kadzib*) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
4) Menepati janji dan tidak curang yaitu sikap yang selalu menepati janji baik kepada para nasabah maupun diantara sesama karyawan.
5) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, suka mengalah, murah senyum, sopan santun, namun tetap penuh tanggung jawab.
6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.[37]

[37] Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah", *Nalar Fiqh*, 2 (Desember, 2014): 113-126

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Ketika suatu kinerja berada di bawah harapan atau ekspektasi, maka pelanggan akan kecewa. Ketika suatu kinerja sesuai harapan atau ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Ketika suatu kinerja melampaui harapan atau ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira.[38]

Kepuasan adalah perasaan puas seseorang atau tidak puas seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja dan harapan- harapannya.[39]

Kepuasan nasabah sebagai aset untuk masa mendatang yang memberikan suatu dampak positif bagi perbankan untuk tetap menjalankan usahanya. Menumbuh kembangkan kepuasan nasabah merupakan dasar dari keuntungan untuk masa yang akan datang, nasabah yang puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank akan menjadi keuntungan sendiri bagi bank. Untuk melahirkan suatu kepuasan nasabah, maka perbankan harus dapat mengidentifikasi kebutuhan nasabah.

---

[38] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran di Indonesia, Jakarta : Salemba Empat, 2011, hlm. 52

[39] Ibid, hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi, kepuasan nasabah merupakan timbal balik nasabah terhadap ketidaksesuaian maupun kesesuaian antara kepentingan sebelum menggunakan jasa dan kinerja sesunggunya yang dirasakannya setelah penggunaan jasa perbankan.

b. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi inti dalam menilai kepuasan pelanggannasabah adalah prinsip-prinsip syariah. Kepuasan nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara ekspektasi nasabah atau harapan nasabah terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan realita yang diterima.

Sebagai panduan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka sebuah perbankan harus melihat kinerja perusahaannya terutama kinerja karyawan yang berkaitan dengan:

1) Sifat Jujur

Suatu perusahaan perbankan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh karyawan yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya: "*Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.*" (HR. Ahmad dan Thobrani)

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan seluruh hak kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengurangi hak orang lain. Dalam bidang perdagangan dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan perbankan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan produk tabungan atau jasa perbankan lain yang akan ditawarkan kepada nasabah. Dengan demikian nasabah dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3) Benar

Berdusta atau berbohong dalam berdagang terutama dalam perbankan sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alaih dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun indikator kepuasan konsumen, diantaranya yaitu : [40]

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

3) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

a) Menyarankan kepada teman kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

[40] Fandy tjiptono, Pemasaran Jasa, Malang: Bayu Media, 2012, hlm: 312

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Betty Rahayu (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bpr Artha Pamenang Cabang Jombang" dalam jurnal Trisula LP2M Undar Edisi 5 Volume 1 hal: 464-476. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel apa sajakah yang mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Berwujud (*tangible*) (X1), Keandalan (*reliability*) (X2), Ketanggapan (*responsiviness*) (X3), Jaminan/ Kepastian (*assurance*) (X4), Empati (*Emphaty*) (X5) dan variabel Kepuasan Nasabah sebagai Y (variabel terikat). Dengan pendekatan kuantitatif deskriptif pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang dengan variabel pengukuran skala likert dan pengumpulan data secara observasi, dokumentasi dan kuisioner dengan analisis data Liner Berganda. Didapat bahwa variabel mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah adalah (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiviness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Emphaty*) X5. Adanya pengaruh secara serempak (simultan) variabel bebas terhadap variabel kepuasan nasabah dapat diterima. Dari kelima variabel bebas yang memiliki pengaruh paling kuat dalam meningkatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepuasan nasabah adalah jaminan, karena jaminan memiliki nilai t hitung yang paling tinggi.

Suratno dan Rahayu Triastity (2015) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah", dalam jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Volume 15 Edisi khusus April hal: 151-158. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, atribut produk syariah dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan menganalisis faktor-faktor yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan survei pada pelanggan KJKS Bina Insan Mandiri. Jenis data ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Sampel penelitian adalah 100 pelanggan dengan teknik sampling aksidental. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atribut produk Islam memiliki pengaruh positif positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atribut produk Islam adalah variabel dominan yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas layanan, atribut produk syariah dan nilai pelanggan sebesar 53,2 persen.

Rafidah (2014) dengan judul "Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah" dalam jurnal Nalar Fidh Volume 10 Nomor 2 hal: 113-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

126. Penelitian ini merupakan penelitian literatur. Kesimpulan penelitian menunjukkan penting bagi Bank Syariah memperhatikan kualitas pelayanan (*Service Quality /Servqual*), yang terdiri atas 5 (lima) dimensi yaitu : *Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty*, dan *Responsiveness*, yang kemudian dikembangkan menjadi 6 dimensi yang dikenal dengan Model CARTER dengan tambahan dimensi *compliance*. Kesemua dimensi ini sangat mempengaruhi nasabah untuk memilih atau memutuskan menggunakan jasa keuangan bank syariah karena melalui penerapan dimensi-dimensi ini dan kemudian dilakukan peningkatan-peningkatan dalam dimensi ini, maka akan tercapai kepuasan nasabah terhadap pelayanan di bank syariah yang tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah di bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangan bank syariah itu sendiri.

Siti Anifaturrohmah dan Nani Hanifah (2015) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Volume 5 Nomor 2 hal: 190-212. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan penjualan terhadap kepuasan pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Convinience Sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan UD.Cita Rasa Sempidi Denpasar dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: validitas, reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t, analisis kualitatif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan interpretasi dari data yang diperoleh dalam penelitian dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan memberikan deskripsi dan penjelasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan (X1) dan Sales Marketing (X2) memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan.

Dita Septi Setiarini dan Sendhang Nurseto (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah" dalam *Diponegoro Journal of Social and Politic* hal: 1-10. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada nasabah produk tabungan Simpedes BRI Unit Tugu Semarang. Tipe penelitian yang digunakan bersifat explanatory research, metode pengumpulan data menggunakan wawancara, alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 100 responden yaitu nasabah yang menabung pada produk tabungan Simpedes. Teknik pengambilan sampel dengan cara purposive sampling. Data dianalisa dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji T, dan uji F dengan bantuan program SPSS 16.0. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Rutmaira Sitinjak (2015) dengan judul "Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Pekanbaru dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jurnal *JOM FEKON* volume 2 nomor 2 hal: 1-15. Tujuan utama penelitian ini untuk menganalisis pengaruh atribut islamic product dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru, dengan 100 responden sebagai sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Sementara itu, metode kuantitatif dan kualitatif menggunakan analisis jalur oleh SPSS versi 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, produk atribut Islami dan kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Produk atribut Islam dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sementara itu, produk atribut Islam dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh sedang terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel moderasi. Peneliti menyarankan perusahaan untuk memperhatikan produk atribut Islami dan menjaga kualitas layanan yang diterima oleh Pelanggan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Fitira Solahika Salma (2015) dengan judul "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadp Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya" dalam jurnal *JESTT* volume 2 nomor 4 hal: 322-339. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan perspektif Islam terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Grand Hotel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kalimas di Surabaya. Dalam mencapai tujuan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif khususnya dalam analisis jalur. Kuesioner digunakan dalam penelitian ini sebagai sumber data primer penelitian ini, selain itu pengambilan data dari penelitian ini diambil dari 30 responden. Sementara itu, metode pengumpulan data menggunakan probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Untuk hasil, penulis menemukan bahwa kualitas perspektif Islam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, perspektif Islam kualitas layanan tidak langsung berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Rizky Pratama Putra (2014) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya dalam jurnal *JESTT* volume 1 nomor 9 hal: 622-635. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Islami terhadap kepuasan pelanggan dan niat berpindah loyalitas yang dimoderasi oleh tingkat pengetahuan agama di dalam Nasabah BRISyariah Bank di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 96 pelanggan BRISyariah Surabaya. Karakteristik pelanggan yang digunakan adalah Muslim, terdaftar sebagai pelanggan pendanaan atau setoran setidaknya selama setahun. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil lain menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas layanan Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan teori Othman dan Owen bahwa CARTER dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan pada Perbankan Syariah. Saran untuk BRISyariah Bank di Surabaya harus menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan kepuasan dan membentuk pelanggan yang setia. Untuk penelitian lebih lanjut, dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

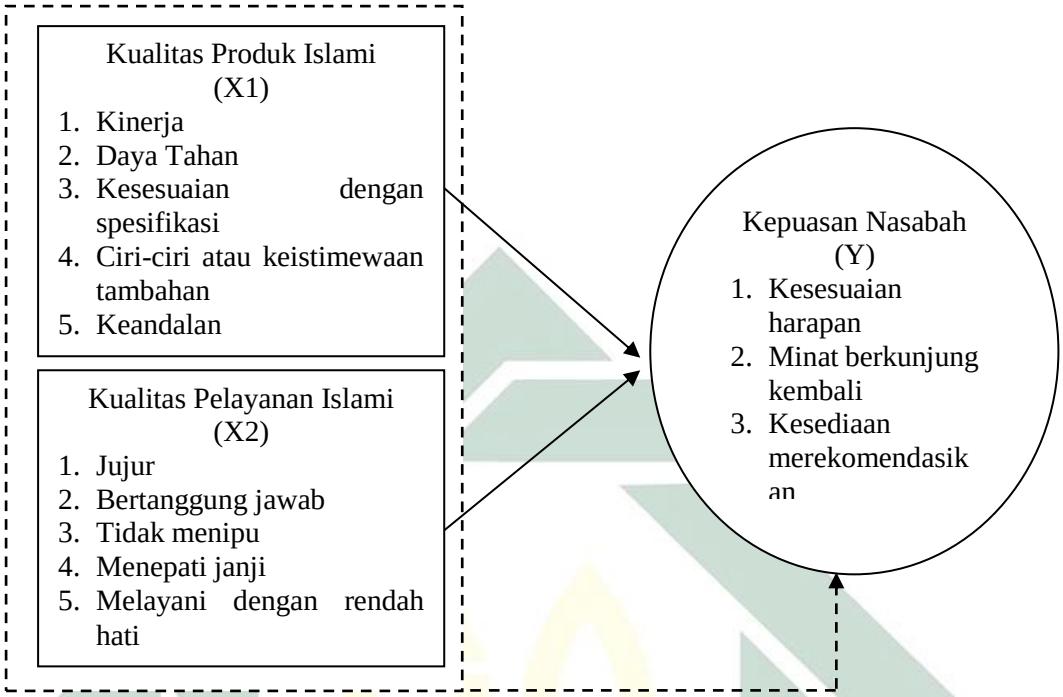
Farah Diza et, al (2016) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen" dalam jurnal *EMBA* volume 4 nomor 1 hal: 109-119. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian adalah PT. FIFGROUP Cabang Manado. Populasi penelitian adalah konsumen pada tahun 2014 dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Alat analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Anshoriyah Rohman (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan Murabahah terhadap Kepuasan Nasabah" dalam jurnal Ekonomi Syariah volume 2 nomor 1 hal: 27-36. penelitian ini bertujuan mengetahui faktor pelayanan apa yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dan seberapa jauh factor pembiayaan murabahah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen tahun 2013-2014. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis kuantitatif eksploratif. Dalam mengumpulkan data tentang Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk mendapatkan data- data tentang pengaruh pelayanan di pembiayaan Murabahah terhadap kepuasan nasabah penulis menggunakan metode angket dengan mengambil sampel sebanyak 23 orang dari keseluruhan nasabah murabahah 2013-2014 yang berjumlah 154 orang sebagai populasi. Pengujian tingkat Pengaruh Pelayanan di Pembiayaan Murabahah terhadap Kepuasan Nasabah dengan menggunakan teknik regresi linier berganda. Adapun hasil dari penelitian di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen adalah Pelayanan pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1

Kerangka Konspetual

Keterangan:

- - - - → Simultan

——→ Parsial

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.[41] Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah kantor cabang Mojokerto.

H2 : Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah kantor cabang Mojokerto.

H3 : Kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah kantor cabang Mojokerto.

[41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 96

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *asosiatif*. Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.[42] Dengan penelitian *asosiatif* ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[43]

---

[42] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017, hlm 55

[43] *Ibid*, hlm. 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan kurang lebih selama 3 bulan dimulai dari bulan November sampai Januari 2018.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Mojokerto yang beralamat di Jalan Mojopahit No 146, Margelo, Kranggan, Prajurit Kulon, Kota Mojokerto.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[44] Populasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah nasabah tabungan Faedah BRI Syariah kantor cabang Mojokerto sebanyak 6.683 orang nasabah.

[44] Ibid, hlm. 80

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[45] Peneliti menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *insidental sampling*.

"*Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel".[46]

Teknik menentukan ukuran sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Ukuran Sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. (Roscoe dalam Sugiyono).[47]

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus Slovin, karena jumlah populasinya sudah diketahui. Jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut :

---

[45] Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015, hlm: 81

[46] Sugiyono, *Metode penelitian*,hlm. 60

[47] Ibid, hlm. 131

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

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

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

d = Margin of eror maksimal yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat di toleransi (10%).

Jumlah sampel yang dirumuskan $n = \frac{6.683}{1+6.683(0,01)} = 98,5$ responden

Dibulatkan menjadi 99 responden. Dari perhitungan jumlah sampel peneliti memutuskan untuk membulatkan menjadi 100 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. [48]

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Y)

   Dependen Variabel (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

[48] *Ibid*, hlm. 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau *independent variable* merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel terikat". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk tabungan Faedah (X1) dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X2).

E. Definisi Operasional

1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Adapun indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini, diantaranya yaitu :[49]

a. Kesesuaian harapan
b. Minat berkunjung kembali
c. Kesediaan merekomendasikan

2. Kualitas Produk Tabungan Faedah

Kualitas produk seluruh barang atau jasa yang berhubungan erat terhadap harapan nasabah berdasarkan kelebihan produk telah patut untuk dipasarkan sesuai keinginan dari nasabah. Adapun indikator kualitas produk dalam penelitian ini diantaranya yaitu:[50]

[49] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality*,.... hlm. 101

[50] *Ibid*, hlm. 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Kinerja

b. Daya tahan

c. Kesesuaian dengan spesifikasi

d. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan

e. Keandalan

3. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan layanan atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan nasabah guna memberikan pelayanan yang lebih baik pada nasabah. Adapun indikator kualitas pelayanan dalam perspektif Islam dalam penelitian ini diantaranya yaitu:[51]

a. Jujur

b. Bertanggung jawab

c. Tidak menipu

d. Menepati janji

e. Melayani dengan rendah hati

[51] Rafidah, *Kualitas* Pelayanan.....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[52] Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid
b. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid

Kriteria pengajuan seperti di atas dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Apabila nilai koefisien korelasi r_{hitung} bernilai positif atau lebih besar dari r_{table} maka butir pernyataan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsisten dan stabilitas dari suatu skor atau skala pengukuran.[53] Suatu penelitian reliabel apabila untuk pengukuran lebih dari dua kali dalam suatu kelompok dengan subyek yang sama akan

[52] Imam Ghozali, *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang, BPFE UNDIP, 2016, hlm. 52

[53] Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi* 4, Jakarta: Erlangga 2013, hlm. 181

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghasilkan hasil akhir yang sama. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* dimana suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alphā* 0.70.[54]

G. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penulisan ini jenis data yang digunakan adalah data subyek. Data subyek merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian. Dalam hal ini data yang digunakan adalah hasil dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil langsung dari sumber pertama yang dikumpulkan secara khusus melalui wawancara, hasil pengisian kuisoner serta observasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.[55] Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuisoner pada sampel yang telah ditentukan berupa data mentah yang diukur dengan skala likert untuk

[54] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*....., hlm. 48

[55] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi-2 Cetakan ke-13, jakarta: Rajawali Pers, 2014, hlm. 18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah kantor Cabang Mojokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh oleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya dan telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.[56] Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Penelitian ini menggunakan data sekunder mengenai jumlah nasabah tabungan Faedah tahun 2017 yang diperoleh dari rekap nasabah bulan Januari sampai Desember pada tahun 2017 di BRI Syariah kantor Cabang Mojokerto.

H. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data - data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner yaitu teknik

[56] Ibid, hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.[57]

Peneliti menggunakan skala *Likert* untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BRI kantor cabang Mojokerto dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan atau pernyataan. Dengan skala pengukuran dengan tipe ini, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator itu digunakan untuk menyusun instrumen, jawaban yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Pada penelitian ini jawaban menggunkan skor sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = kurang setuju

4 = setuju

5 = sangat setuju

2. **Studi Kepustakaan**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku - buku, literatur, jurnal - jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

[57] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif....., hlm. 137

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Teknik Analisis Data

1. Jenis Analisis

Supaya data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk mengintepretasikan, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 23.0. Dengan demikian, pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis sebagai berikut :

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

"Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel penggangu atau residual memiliki distribusi normal".[58] Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

a) Analisis Grafik

[58] Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate....., hlm.154

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas *residual* dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang mengambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dasar pengambilan keputusan dari analisis *probability plot* adalah sebagai berikut:

(1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regrensi memenuhi asumsi normalitas.

(2) Jika data menyebar jauh dari data diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normal.[59]

[59] Ibid, hlm. 156

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov Test,* apabila probabilitas *asymp.sig* 0,05 maka residual terdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai *asymp.sig* 0,05 maka residual tidak terdistribusi secara normal.[60]

2) Uji Multikolonieritas

"Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)".[61] Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

"Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu nilai *tolerance* ≤ 0,10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolinieritas sedangkan, nilai *tolerance* ≥ 10 atau sama dengan VIF ≤ 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Jadi,

[60] Ibid, hlm. 156

[61] Ibid, hlm. 103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/*Tolerance*)".[62]

3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain atau untuk melihat penyebaran data. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat Heteroskedasitas.[63]

"Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedasitas akan digunakan uji *glejser* yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* sebagai variabel dependen. Metode regresi tidak mengandung heteroskedasitas apabila nilai signifikansi variabel bebasnya terhadap nilai *absolute residual* statistik diatas α =0,05".[64]

[62] Ibid, hlm. 104

[63] Ibid, hlm. 134

[64] Ibid, hlm. 137

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi.[65]

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW *test*) yang mensyaratkan adanya konstanta (*intercept*) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel *independent*.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi ditunjukkan pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1

Durbin-Watson (DW *test*)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	0 d dl
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	dl≤d ≤ du
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	4-dl d 4
Tidak ada autokorelasi negative	No Decision	4-du ≤ d ≤ 4-dl
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Terima	du d 4-du

Sumber : Ghozali[66]

[65] Ibid, hlm. 107

[66] Ibid, hlm. 111

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua).[67]

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel kualitas produk tabungan Faedah, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah. Adapun model regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

[67] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*....., hlm. 275

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimana :

$\hat{Y}$ = Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Kualitas produk tabungan Faedah

X_2 = Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam

e = *Error of term*

c. Koefisien Determinasi (R^2)

"Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas (*dependent*)".[68] Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.[69]

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukan dalam msuatu model. Setiap tambahan suatu variabel independen, maka R^2 pasti

[68] Imam Ghozali, *Analisis Mutlivariate*....., hlm. 97

[69] Ibid, hlm. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara singnifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regrensi terbaik. Tidak seperti R^2, nilai *Adjusted* R^2 dapat naik turun apabila suatu variabel independen ditambah kedalam suatu model.

2. **Uji Hipotesis**

a. **Uji t (Uji Parsial)**

"Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas / indipenden secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen".[70] Uji ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independen.

Langkah-langkah untuk pengujian data adalah :

1) Menentukan hipotesis

H_0 : $\beta_1, \beta_2 = 0$, kualitas produk tabungan Faedah, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : $\beta_1, \beta_2 \neq 0$, kualitas produk tabungan Faedah, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) Menentukan tarif signifikan $\alpha = 0{,}05$ atau 5%

[70] *Ibid*, hlm. 97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data".[71]

Tingkat signifikansi 5%, 1% atau 10% ditentukan sendiri oleh peneliti, akan tetapi semakin kecil tingkat signifikansi berarti semakin sedikit tingkat kesalahan yang diambil. Pada penelitian-penelitian bidang sosial tingkat signifikansi 5% sering digunakan. Tingkat signifikansi 5% artinya kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya adalah 5% dan benar dalam mengambil keputusan sedikitnya 95% (tingkat kepercayaan).

3) Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian yaitu :

a) Jika nilai probabilitas ≤ taraf signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti kualitas produk tabungan Faedah (X1), dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

[71] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*....., hlm. 69

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Jika nilai probabilitas $\geq$ taraf signifikansi 0,05 maka H_0 diterima, dan H_a ditolak berarti kualitas produk tabungan Faedah (X1), dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

b. Uji F (Uji Simultan)

"Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat)".[72]

Langkah-langkah untuk pengujian data adalah :

1) Menentukan hipotesis

$H_0 = \beta_1 = \beta_2 = 0$, kualitas produk tabungan Faedah, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : minimal ada satu, $\beta_i \neq 0$; dimana i = 1, 2. kualitas produk tabungan Faedah, dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

[72] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Mutlivariate.....*, hlm. 96

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Menentukan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%

3) Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian, yaitu :

   a) Jika nilai probabilitas ≤ taraf signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti kualitas produk tabungan Faedah (X1), dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

   b) Jika nilai probabilitas ≥ taraf signifikansi 0,05 maka H_0 diterima, dan H_a ditolak berarti kualitas produk tabungan Faedah (X1), dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank BRI Syariah

Berawal dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Mengakuisisi 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 beroperasional secara konvensional, kemudian berubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntunan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

PT. BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Fokus pada segmen menengah bawah, PT.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan pelayanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumsi berdasarkan prinsip Syariah.[73]

PT. Bank BRI Syariah (kantor pusat) terletak di Gd. BRI II Lt. 5 Jl Jend. Soedirman Kav. 44-46 Jakarta. Sedangkan kantor cabang yang berada di Mojokerto terletak di Jalan Mojopahit No 146, Margelo, Kranggan, Prajurit Kulon, Kota Mojokerto.

2. **Visi dan Misi Bank BRI Syariah**

a. Visi

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

[73] Bank Rakyat Indonesia Syariah, *profil perusahaan*, dikases pada tanggal 8 Desember 2018 dari http://www.brisyariah.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Misi

1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.[74]

3. **Budaya Kerja Bank BRI Syariah**

a. Profesional. Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan teknis dan etika yang telah ditentukan.
b. Antusias. Semangat atau dorongan untuk berperan aktif dan mendalam pada setiap aktivitas kerja.
c. Penghargaan terhadap SDM. Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan uppaya-upaya optimal mulai dari perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas, serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan azas saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.

[74] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Tawakal. Optimisme yang diawali dengan doa yang sungguh-sungguh, dimanifestasikan dengan upoaya yang sungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang dicapai.

e. Integritas. Kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja, nilai-nilai, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga memegang teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukannya.

f. Berorientasi Bisnis. Tanggap terhadap perubahan dan peluang, selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaannya.

g. Kepuasan Pelanggan. Memiliki kesadaran, sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan.

4. Produk Bank BRI Syariah

a. Produk penghimpun dana (*funding*)

Bank syariah tidak seperti bank konvensional, di bank syariah tabungan nasabah tidak dikenakan bunga. Jasa atau imbalan di bank syariah berupa bagi hasil. Produk-produk penghimpunan dana antara lain:

1) Tabungan BRISyariah iB

Tabungan BRISyariah iB adalah tabungan BRISyariah yang diperuntukan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, yang ingin transaksi keuangannya mudah. Tabungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BRISyariah iB menberi jaminan ketenangan dan kenyamanan serta keberkahan karena pengelolaan dana dilakukan berdasarkan prinsip syariah.

2) Tabungan Impian Syariah iB

Tabungan Impian Syariah iB adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dicanangkan untuk mewujudkan mimpi nasabah yang didahulu dengan perencanaan yang matang. Pada tabungan Impian BRISyariah iB diberikan asuransi untuk melindungi keamanan.

3) Tabungan Haji BRISyariah iB

Tabungan Haji BRISyariah iB dapat mewujudkan langkah terbaik dalam menyempurnakan ibadah. Pada tabungan Haji BRISyariah iB dapat memberikan keberkahan dalam beribadah karena sesua dengan syariah Islam.

4) Giro BRISyariah iB

Giro BRISyariah iB diperuntukkan untuk bisnis. Dalam giro ini pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip titipan (wadiah yad dhamanah dan untuk penarikannya dapat dilakukan kapanpun dengan menggunakan cek/bilyet giro.

5) Deposito BRISyariah iB

Deposito BRISyariah iB merupakan produk berjangka yang biasanaya digunakan untuk investasi dengan mata uang tertentu. Keuntungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

deposito ini yaitu dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga pemilik deposito tidak perlu khawatir akan pengelolaan keuangannya.

b. Produk penyaluran dana (*lending*)

Adapun produk penyaluran dana yang ditawarkan oleh Bank BRISyariah Cabang Mojokerto sebagai berikut:

1) Gadai BRISyariah iB

Gadai BRISyariah iB diperuntukkan untuk seseorang yang menginginkan dana tunai untuk memenuhi kebutuhan mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha. Manfaat dari gadai BRISyariah iB lebih berkah karena sesuai syariah.

2) KKB BRISyariah iB

Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor (KKB) menggunakan prinsip jual beli (murabahah), murabahah adalah akad jual beli barang dengan kesepakatan antara nasabahn dan bank akan harga perolehan dan keuntungan.

3) KPR BRISyariah iB

Pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan dimuka dan dibayar setiap bulan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) KLM BRISyariah iB

Kepemilikan logam mulia (KLM) menggunakan prinsip jual beli (murabahah) dengan akad Murabahah bil Wakalah. Pembiayaan ini membantu nasabah untuk dapat memiliki logam mulia atau emas dengan lebih mudah.

5) Pembiayaan Umroh BRISyariah iB

Produk pembiayaan umrah BRISyariah iB menggunakan prinsip akad jual beli manfaat/jasa (Ijarah Multijasa). Produk ini dapat membantu nasabah untuk dapat umroh atau ziarah ke Makkah dan Madinah.

6) KMG BRISyariah iB

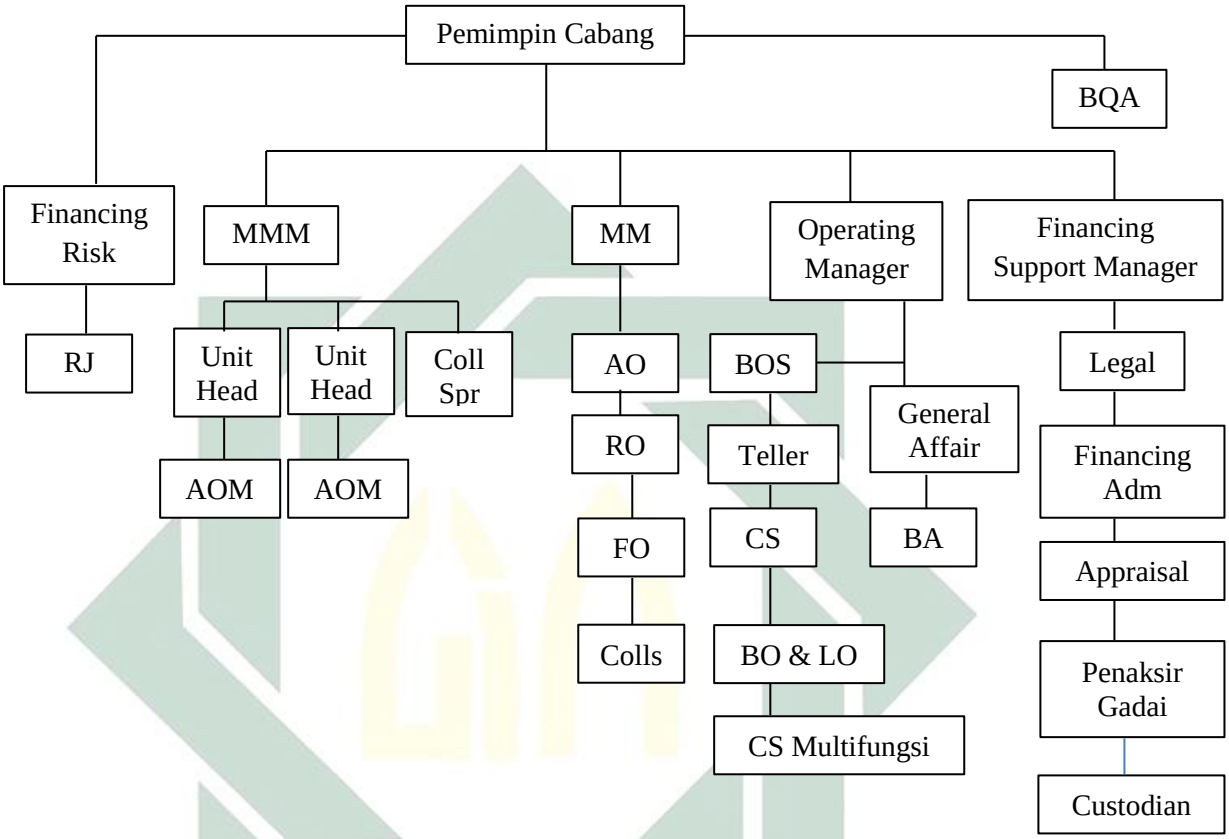
Produk yang diperuntukkan untuk karyawan PT.Bank BRI Syariah. Produk ini diberikan dalam rangka pelaksanaan Program Kesejahteraan Karyawan (EmBP).

5. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, maka orang yang bekerja dalam suatu organisasi harus mengetahui dan mengerti akan tugas, tanggungjawab dan wewenangnya. Untuk menggambarkan secara sistematis hubungan kerja antar unsur-unsur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi maka harus ada struktur organisasi yang jelas. Adapun struktur organisasi pada Bank BRISyariah Cabang Mojokerto adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1.

Struktuk Organisasi Bank BRI Syariah

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, maka dapat diketahui pembagian tugas yang menggambarkan tanggung jawab karyawan pada BRI Syariah KC Mojokerto secara garis besar adalah sebagai berikut :

a. Pimpinan Cabang

1) Membuat dan merancang Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Menjamin terciptanya kegiatan operasional yang lancar di kantor cabang
3) Mengembangkan bisnis pembiayaan di kantor cabang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal
4) Melakukan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan, kemampuan, dan sikap

b. *Mikro Marketing Manager* (MMM)

1) Melakukan kegiatan pemasaran.
2) Melakukan penilaian usulan pembiayaan nasabah
3) Melakukan fungsi pengendalian dan pengawasan terhadap seluruh anggota/karyawan dibawahnya.

c. *Account Officer*

1) Membuat rencana kerja pembiayaan yang dikelolanya
2) Melakukan persiapn dan pelaksanaan rencana kerja atas pembiayaan yang dikelolanya serta memonitoring keuntungan yang dapat diperoleh
3) Melakukan penagihan dan pengawasan pembiayaan
4) Menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*s perusahaan yang telah diberikan pembiayaan

d. *Collection Officer* (Penagih Tunggakan Pembiayaan)

1) Menagih nasabah yang menunggak atau telah jatuh tempo
2) Menjalankan fungsi kordinasi dengan Pimpinan cabang untuk tindak penagihan yang akan dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. *Operation Manager* (Manajer Operasional)

1) Membantu pimpinan cabang dalam kegiatan operasional dan kelancaran pelayanan nasabah
2) Mengelola kas, surat berharga, melakukan pergeseran kas antar unit kerja, memelihara pekerjaan register, memastikan rekening pinjaman, dan memastikan buku transaksi pinjaman
3) Melaksanakan verifikasi akhir transaksi tunai yang dilaksanakan sebelumnya oleh teller

6. Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto

BRI Syariah kantor cabang Mojokerto pada tahun 2018 mempunyai nasabah tabungan sebanyak 25.216 orang. Terdiri dari 8.443 nasabah tabungan Faedah, 6.468 nasabah tabungan Haji, 7.324 nasabah tabungan impian, dan 2.981 nasabah tabungan mikro. Dari 8.443 nasabah tabungan Faedah, 6.683 merupakan nasabah aktif dan 1.135 nasabah pasif dan 625 nasabah tidak aktif. tabungan Faedah memiliki jumlah nasabah paling banyak. Menurut BOS BRI Syariah KCP Mojokerto nasabah pasif yaitu nasabah yang selama kurang lebih dari 3 bulan tidak lebih melakukan transaksi kurang dari 5 kali, kecuali transaksi yang dilakukan oleh pihak bank. Pada keempat jenis tabungan ini, tabungan Faedah merupakan jenis tabungan untuk transaksi, sehingga tabungan Faedah ini lebih banyak transaksi sehari-hari dibandingkan dengan jenis tabungan lainnya di BRI Syariah kantor cabang Mojokerto.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nasabah tabungan faedah berkembang pesat, rata – rata setiap bulan nasabah tabungan faedah bertambah sebanyak 10 – 12 nasabah. Dan dapat di katakana rata – rata perkembangan nasabah tabungan faedah setiap tahunya berkisar antara 200 – 210 nasabah.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

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.[75] Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan koefisien yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% (level of significance).

Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,402	0,197	Valid
	Y.2	0,470	0,197	Valid
	Y.3	0,315	0,197	Valid
	Y.4	0,427	0,197	Valid
	Y.5	0,443	0,197	Valid
	Y.6	0,535	0,197	Valid
Kualitas Produk Tabungan Faedah (X1)	X1.1	0,529	0,197	Valid
	X1.2	0,509	0,197	Valid
	X1.3	0,522	0,197	Valid
	X1.4	0,597	0,197	Valid
	X1.5	0,393	0,197	Valid

[75] Imam Ghozali, *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang, BPFE UNDIP, 2016, hlm. 243

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam (X2)	X2.1	0,344	0,197	Valid
	X2.2	0,253	0,197	Valid
	X2.3	0,568	0,197	Valid
	X2.4	0,596	0,197	Valid
	X2.5	0,550	0,197	Valid

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 6,7, 8), 2019

Berdasarkan tabel 4.1 hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid, dimana r_{hitung} ¯ 0,197, maka kuesioner dapat dilanjutkan untuk dianalisis.

2. **Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak boleh responden yang sama. Uji reabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji Cronbanch's Alpha, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reabilitas minimal yang dapat diterima. Jika nilai – nilai Croncbach's Alpha¯ 0.7, maka instrumen penelitian reliabel.[76]

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Kesimpulan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,702	Reliabel
Kualitas Produk Tabungan Faedah (X1)	0,743	Reliabel
Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam (X2)	0,704	Reliabel

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 6,7, 8), 2019

[76] Ibid hlm 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji reliabilitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,70 sehingga kuesioner ini layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

3. **Analisis Deskriptif Responden**

Karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia pekerjaan, lama menabung. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden seperti dijelaskan berikut ini:

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 5, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui responden laki-laki lebih banyak dari pada responden perempuan yaitu laki-laki sebanyak 57 orang atau sebesar 57%, sedangkan perempuan sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Ini menunjukkan bahwa yang memilih Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto untuk menabung didominasi oleh laki-laki.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.4
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
¯ 20 tahun	11	11%
21-30 tahun	39	39%
31-40 tahun	37	37%
41-50 tahun	10	10%
¯ 51 tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 5, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 11%, 21-30 tahun sebanyak 39 orang atau sebesar 39%, 31-40 tahun sebanyak 37 orang atau sebesar 37%, 41-50 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, dan responden yang berumur lebih dari 51 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto didominasi oleh konsumen berusia muda yaitu 21-30 tahun.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	26	26%
Pekerja Swasta	30	30%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PNS / Pensiunan	8	8%
Wiraswasta	36	36%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 5, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, yaitu pelajar / mahasiswa sebanyak 26 orang atau sebesar 26%, pekerja swasta sebanyak 30 orang atau sebesar 30%, PNS / pensiunan sebanyak 8 orang atau sebesar 8% dan wiraswasta sebanyak 36 orang atau 36%. Berdasarkan uraian tersebut maka nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto paling banyak adalah seorang wiraswasta.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung

Tabel 4.6
Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menabung

Lama Menabung	Jumlah	Presentase
1 tahun	10	10%
2-3 tahun	29	29%
4-5 tahun	28	28%
6 tahun	33	33%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 5, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan lama menabung, yaitu kurang dari 1 (satu) tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, 2-3 tahun sebanyak 29 orang atau sebesar 29%, 4-5 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 28% dan lebih dari 6 tahun sebanyak 33 orang atau 33%. Berdasarkan uraian tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto paling banyak telah menabung selama lebih dari 6 tahun.

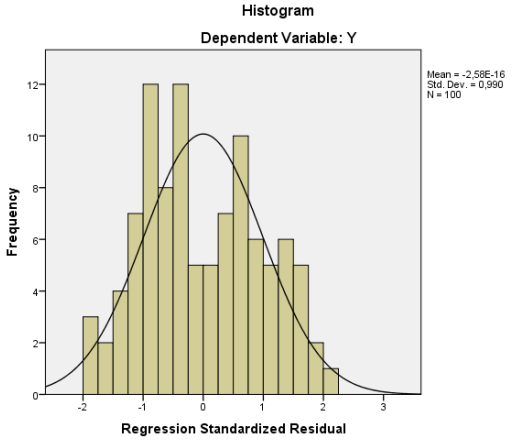
4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

a. Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengangsumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Apabila grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik histogram berikut ini:

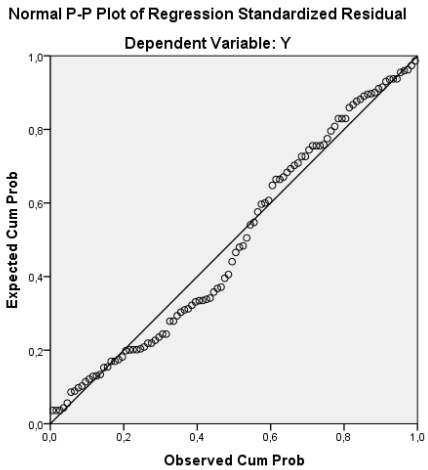
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4.2
Grafik Histogram

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 9), 2019

Berdasarkan grafik histogram di atas menunjukkan sebaran data (histogram) mengikuti pola kurva normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan dapat dianalisa lebih lanjut. Selain grafik histogram, uji normalitas juga dapat dilihat dari grafik *normal probability plot*. Hasil uji normalitas dengan grafik *normal probability plot* sebagai berikut:



Gambar 4.3
Grafik *Normal Probability Plot*

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 9), 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan grafik *Normal Probablity Plot* di atas menunjukkan titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistibusi normal.

Namun pengujian menggunakan grafik memiliki kelemahan, karena hanya berdasarkan subjektifitas dalam menafsirkan grafik tersebut, sehingga biasanya grafik akan dilengkapi dengan hasil pengujian normalitas secara statistik. Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov smirnov*.

Hasil uji *Kolmogorov Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

	Asymp.Sig	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,154	Normal

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 9), 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikan variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Model regresi dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat apabila tidak terjadi multikolinieritas atau adanya korelasi diantara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas ini dapat dilihat dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tolerance value atau *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu nilai *tolerance* ≥ 10 atau sama dengan VIF ≤ 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Kualitas Produk Tabungan Faedah (X1)	0,982	1,018	Bebas multikolonieritas
Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam (X2)	0,982	1,018	Bebas multikolonieritas

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 10), 2019

Berdasarkan tabel hasil uji multikolonieritas diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai toleransi ¯ 0,10 dan VIF ¯ 10 maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari multikolonieritas sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedasitas akan digunakan uji *glejser* yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* sebagai variabel dependen. "Metode regresi tidak mengandung heteroskedasitas apabila nilai signifikansi variabel bebasnya terhadap nilai *absolute residual* statistik diatas α =0,05".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	*Sig*	Kesimpulan
Kualitas Produk Tabungan Faedah → Kepuasan nasabah	0,303	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam → Kepuasan nasabah	0,650	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 11), 2019

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari heteroskedastisitas dan dapat dianalisa lebih lanjut.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam mode prediksi, dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi.

Berikut ini disajikan hasil uji autokorelasi data penelitian:

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson	Tabel Durbin-Watson	Kesimpulan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1,820	n = 100 k = 2 dl = 1,623 du = 1,709 4-du = 2,291	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif

Sumber: *Output* SPSS (lampiran 11), 2019

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 4.10, terlihat bahwa nilai DW sebesar 1,820, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 100 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k = 2), maka di tabel Durbin Watson didapatkan nilai yaitu dl = 1,623 dan du = 1,709. Oleh karena nilai DW 1,820 lebih besar dari batas atas (du) 1,709 dan kurang dari 2,291, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau tidak terdapat autokorelasi.

5. **Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (*multiple regression*), hal ini sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini. Metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dependen (Kepuasan nasabah) dengan beberapa variabel independen (kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam) dalam suatu model prediktif tunggal.

Berikut ini hasil dari uji regresi linier berganda pada tabel 4.11:

Tabel 4.11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil Analisis X_1, dan X_2 terhadap Y

Variabel	Koefisien	T hitung	*Sig.*
Kualitas Produk Tabungan Faedah (X1)	0,316	3,260	0,002
Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam (X2)	0,175	2,143	0,035
Konstanta	15,006		
F_{hitung} = 8,693			0,000
R = 0,390			
R^2 = 0,152			
Adjusted R^2 = 0,135			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Hasil analisis pada tabel 4.11 di atas dapat ditulis dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15{,}006 + 0{,}316X_1 + 0{,}175X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

X_1 = Kualitas Produk Tabungan Faedah

X_2 = Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Nilai konstanta dan koefisien regresi pada persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 15,006 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Y (kepuasan nasabah) adalah sebesar 15,006.

b. Koefisien variabel kualitas produk tabungan Faedah (X_1) sebesar 0,316 dengan nilai positif berarti setiap kenaikan kualitas produk tabungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faedah sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,316 satuan.

c. Koefisien variabel kualitas pelayanan dalam perspektif Islam (X_2) sebesar 0,175 dengan nilai positif berarti setiap kenaikan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,175 satuan.

6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang diujikan. Untuk menjawab hipotesis yang telah dibuat sebelumnya maka menggunakan statistik uji regresi linear berganda.

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini berbunyi kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto. Pembuktian hipotesis ini menggunakan uji t pada regresi linier berganda.

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk tabungan Faedah sebesar 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini berbunyi kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto. Pembuktian hipotesis ini menggunakan uji t pada regresi linier berganda.

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan dalam perspektif Islam sebesar 0,035. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini berbunyi kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto. Pembuktian hipotesis ini menggunakan uji F pada regresi linier berganda.

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk uji F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,316 dengan arah positif dan signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05.

Tabel 5.1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,006	2,405		6,240	,000		
	X1	**,316**	,097	,308	3,260	**,002**	,982	1,018
	X2	,175	,082	,202	2,143	,035	,982	1,018

a. Dependent Variable: Y

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah Diza et, al (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suratno dan Rahayu Triastity (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah. Menurut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuswadi dalam Suratno dan Rahayu Triastity (2015) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan konsumen tersebut.

Selain itu hasil penelitian ini mendukung Rutmaira Sitinjak (2015) yang menyatakan bahwa atribut produk Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Bakhtiar dalam Rutmaira Sitinjak (2015) menyatakan bahwa atribut produk merupakan titik tolak penilaian konsumen tentang terpenuhi atau tidaknya kepuasan dan loyalitas konsumen yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya.

Semakin baik kualitas produk tabungan Faedah maka nasabah akan semakin puas. Dengan memperhatikan kualtias produk akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah untuk menentukan pilihan dimana nasabah akan menyimpankan uang mereka. Demikian pula yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto yang memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan seperti gratis biaya administrasi bulanan, gratis biaya Kartu ATM Bulanan dan masih banyak lagi.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,175 dengan arah positif dan signifikansi 0,035 lebih kecil dari 0,05.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 5.2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,006	2,405		6,240	,000		
	X1	,316	,097	,308	3,260	,002	,982	1,018
	X2	**,175**	,082	,202	2,143	**,035**	,982	1,018

a. Dependent Variable: Y

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anshoriyah Rohman (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas perlayanan yang diberikan atau ditawarkan Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto, maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Siti Anifaturrohmah dan Nani Hanifah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif Islam. Berdasarkan perspektif Islam, untuk melayani dengan baik seorang pegawai harus memiliki kejujuran, bertanggung jawab, dapat dipercaya, tidak menipu, melayani dengan khitmah dan juga tidak melupakan akhirat.

Selain kedua penelitian di atas, penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Suratno dan Rahayu Triastity (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang meningkat akan meningkatkan kepuasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah. Kuswadi dalam Suratno dan Rahayu Triastity (2015) menyatakan bahwa jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh konsumen, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan konsumen maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen yang berakhir pada kepuasan. Jadi kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya dari pandangan syariat Islam. Maka pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah.

C. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah dan Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 8,693 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05.

Tabel 5.3

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66,825	2	33,412	**8,693**	**,000[b]**
	Residual	372,815	97	3,843		
	Total	439,640	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: **(Constant), X2, X1**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suratno dan Rahayu Triastity (2015), Rutmaira Sitinjak (2015), dan Farah Diza et, al (2016), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien determinasi (*adjusted* R^2) diperoleh sebesar 0,135 menunjukkan bahwa terjadinya Kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto sebesar 13,5%. dipengaruhi oleh kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam. Sedangkan sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang digunakan seperti lokasi, dan lingkungan.

Tabel 5.4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,390[a]	,152	**,135**	1,96047

a. Predictors: **(Constant), X2, X1**

Di antara variabel kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam yang mempunyai pengaruh paling kuat adalah kualitas produk tabungan Faedah, karena nilai koefisien regresinya paling besar dari pada kualitas pelayanan dalam perspektif Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Perbandingan Keunggulan Produk Tabungan Faedah dengan Produk Tabungan BNI Hasanah

Produk tabungan BNI Hasanah menggunakan akad wadiah dan Mudharabah. Dimana akad tersebut bisa di pilih oleh nasabah pada saat pembukaan rekening tabungan tersebut. Berikut rincian administrasi pada saat pembukaan rekening tabungan BNI Hasanah.

	Wadiah	Mudharabah
Pengelolaan Rekening per bulan	Rp 0,-	Rp 7.500,-
Tutup Rekening	Rp 20.000,-	Rp 10,000,-
Saldo Minimum	Rp 20.000,-	Rp 100.000,-
Biaya Dibawah Saldo Minimum	Rp 0,-	Rp 10.000,-
Pembuatan Kartu ATM (chip)	Rp 10.000,-	

Dan di dukung dengan fasilitas ATM, buku tabungan dan E-Banking

Sedangkan Tabungan Faedah BRI Syariah menggunakan akad Wadiah yad dhomanah. Dimana nasabah bias mengambil uang titipan tersebut sewaktu – waktu tanpa harus di di potong biaya – biaya perbulanya. Berikut rincian administrasi Tabungan Faedah BRI Syariah :

1. Ringan setoran awal Rp. 100.000,00
2. Gratis biaya administrasi bulanan
3. Gratis biaya Kartu ATM Bulanan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Biaya tarik tunai mudah diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
5. Biaya transfer murah atas jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
6. Biaya cek saldo murah di jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima*)
7. Biaya debit prima murah*)
8. Dilengkapi dengan berbagai fasilitas e-channel berupa SMS *Banking, Mobile Banking, Internet Bangking.*

Biaya-biaya yang ada pada tabungan Faedah BRI Syariah yaitu:

1. Biaya administrasi bulanan tabungan: GRATIS
2. Biaya administrasi bulanan kartu ATM: GRATIS
3. Biaya rekening pasif: GRATIS
4. Biaya re-aktivasi rekening pasif: GRATIS
5. Biaya penggantian buku tabungan karena habis: GRATIS
6. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak: Rp 5.000,00
7. Biaya pembuatan kartu ATM karena rusak/hilang: Rp 15.000,00
8. Biaya dibawah saldo minimum: Rp 12.500,00

Rimcian diatas dapat diketahui banyak keunggulan yang terdapat pada tabungan faedah. Mulai tidak adanya biaya bulanan yang di bebankan kepada nasabah, fasilitas yang meringankan nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis data penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Produk Tabungan Faedah, dan Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Mojokerto", maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari hasil statistik uji t diperoleh nilai signifikansi 0,002 dan koefisien regresi yang didapat bernilai positif sebesar 0,316.
2. Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari hasil statistik uji t diperoleh nilai signifikansi 0,035 dan koefisien regresi yang didapat bernilai positif sebesar 0,175.
3. Kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,000.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Dalam melakukan penelitian mengenai analisis kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah.

Peneliti dapat memberikan saran atau masukan kepada:

1. Manajemen Bank BRI Syariah Mojokerto

   Sebaiknya Bank BRI Syariah Cabang Mojokerto dapat lebih memerhatikan kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam karena kualitas produk dan pelayanan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang lain seperti lokasi dan lingkungan sehingga dapat diperoleh gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Al Hafidz W. A. 2008. *Kamus Ilmu Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah

Al-Qurthubi , Syaikh Imam. 2009. *Tafsir Al-Qurthubi/Syaikh Imam Al-Qurthubi*. Jakarta: Pustaka Azzam

Anifaturrohmah, S., dan Hanifah, N. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di UD Cita Rasa Sempidi Denpasar). *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*. Vol.5, No.2, hal: 190-212

Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an Terjemahan*. Bandung: CV Darus Sunnah

Departemen Pendidikan Nasional. 2014. *Kamus Besar Bahasa Inonesia Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Diza, F., et.al. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pad PT FIF group Cabang Manado). *Jurnal EMBA*. Vol. 4 No. 1, hal 109-119

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang, BPFE UNDIP

Umar, H. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2 Cetakan ke-13.* Jakarta: Rajawali Pers

Irawan, H. 2012. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Kasmir. 2012. *Pemasaran Perbankan*. Jakarta: Kencana

Kartajaya, H dan Sula, M.S. 2016. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan

Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

Kotler, P dan Armstrong, G. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi 4*. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat

Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta

Putra, R.P. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jesit*. Vlol.1 No.9, hal: 622-635

Rafidah. 2014. Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah. *Nalar Fiqih*. Vol. 10, No.2, hal: 113-126

Rahayu, B. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Tehadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang. *Jurnal Trisula*. Edisi 5, Vol.1., hal 464-476

Rohman, A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan Murabahah Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah IQTISHODIA*. Vol.2, No.1, hal: 27-36

Salma. 2015. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jesit*. Vol. 2, No.4, hal: 322-339

Septiarini, D, S., dan Nurseto, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Produk Tabungan Simpedes BRI Unit Tugu Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Hal 1-10.

Sitinjak, R. 2015. Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Pekanbaru. *JOM Fekon*. Vol. 2, No. 2, hal: 1-15

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Sujarmeni, W. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suranto., dan Triastity, R. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Isalam dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 15, hal : 151-158

Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media

Tjiptono, F. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi

Zainul, A. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang: Azkia

https://economy.okezone.com/read/2018/05/14/20/1898243/industri-keuangan-syariah-tumbuh-25-hingga-februari-2018, diakses 28 November 2018

http://brisyariah.co.id/?q=sejarah, diakses 28 November 2018

http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah akses 28 November 2008

http://www.brisyariah.co.id/?q=profil-perusahaan akses 8 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id