ABSTRAK

Tesis dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro" ini ditulis oleh Moch. Zaenal Azis Muctharom NIM: F14213221, Jurusan Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2015. Di bimbing oleh Prof. Dr. H Ismail nawawi Uha, MPA, M. Si.

Dalam perkembangan ekonomi saat ini, bisnis keuangan terutama lembaga keuangan syari'ah banyak diminati oleh masyarakat. Masyarakat beranggapan bahwa lembaga keuangan yang berlandaskan azas syari'ah akan lebih aman dan nyaman karena menggunakan sistem bagi hasil dan menggunakan akad–akad yang sesuai dengan syari'at islam. Dengan landasan ini masyarakat semakin mempercayai keuangannya dengan lembaga keuangan syari'ah. Namun yang harus diperhatikan masyarakat juga memperhatikan kualitas dari lembaga keuangan syari'ah tersebut apakah sudah seperti yang mereka inginkan. Ada lima rumusan maslah dalam penelitian yaitu:(1) Adakah terdapat pengaruh signifikans kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (2) Adakah terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (3) Adakah terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (4) Adakah terdapat pengaruh yang bersamaan (kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (5) Adakah terdapat pengaruh yang paling dominan (kualitas produk,harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah) di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan 56 orang nasabah. Metode pengumpulan data, metode angket, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan SPSS 19.0 dengan tahapannya adalah (1) uji validitas dan reliabilitas (2) analisis regrensi berganda (3) uji hipotesis terdidari uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sedangkan harga tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Terbukti dalam tabel *coefficients* pada kualitas produk (X1) diperoleh nilai (2,551) $\leq t_{tabel}$ (2,006) dengan Sig. 0,014 $\geq$ 0,05. Untuk harga diperoleh nilai sig. sebesar (-0,732) $\geq t_{tabel}$ (-2,006) dengan Sig 0,467 $\geq$ 0,05. Dan untuk kualitas pelayanan diperoleh nilai (-0,015) $\geq t_{tabel}$(-2,006) dengan Sig. 0,988 $\geq$ 0,05.

Dalam uji f yang bersamaan tidak ada dampak pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara serentak terhadap kepuasan nasabah dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,782. Maka $F_{hitung} < F_{tabel}$ (2,670 < 2,782).

Di antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro adalah variabel kualitas produk, karena nilai $t_{hitung} \geq$ variabel harga dan kualitas pelayanan dengan nilai t_{hitung} (7,684) kualitas produk, (1,385) harga dan (1,000) kualitas pelayanan.

Penelitan ini bertujuan KJKS BMT Nuru Ummah untuk lebih baik untuk menjalankan kualitas pelayanan agar produk-produk menjadi berkualitas dan harga selallu terjangkau untuk pelanggan dan konsumen.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan 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

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Product Quality, Price and Service Quality Customer Satisfaction At KJKS BMT-Bojonegoro Ngasem Nurul Ummah" This written by Moch Zaenal Azis Muchtarom NIM: F14213221, Department of Economics, Graduate Islamic State Islamic University (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2015. upervised by Prof. Dr. H Nawawi Ismail Uha, MPA, M. Si.

In the current economic development, finance business particularly Islamic financial institutions in great demand by the public. People assume that financial institutions are based on the principles of Shari'ah will be more secure and convenient as using a system of profit sharing and use-contract agreement in accordance with Islamic Shari'ah. With this foundation of society increasingly trust finances with financial institutions Shari'ah. But be aware the public is also concerned about the quality of the shari'a financial institution whether it as they wish. here are five formulation of the problem in the study are: (1)) What are there a significant influence product quality to customer satisfaction in KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? 2) What are there a significant influence on customer satisfaction in price KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? 3) Is there a significant influence on customer satisfaction Quality of Service in KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (4)) What Are there the same effect (product quality, price and Quality of Service) on customer satisfaction in KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro? (5) What are the most dominant influence (product quality, price and quality of service to customer satisfaction) in KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro ?

Research using quantitative approach. With 56 customers. Data collection methods, questionnaire, interview, observation and documentation. The data analysis using SPSS 19.0 with the stages are (1) the validity and reliability (2) analysis of multiple regrensi (3) test the hypothesis terdidari t test and f.

The results showed that there was a significant relationship between the variables of product quality to customer satisfaction, while the price no significant effect on customer satisfaction and service quality there was no significant effect on customer satisfaction. roven in the table coefficients on the quality of the product (X1) obtained values (2.551) $\leq$t tabel(2.006) with Sig. 0.014> 0.05. For the price obtained sig. by (-0.732) $\geq$ t table (-2.006) with 0,467 Sig > 0.05. And for the quality of service obtained value (-0.015) $\geq$ t table (-2.006) with Sig. 0.988 > 0.05.

In the same f test no impact significantly influence the quality of the product, price and quality of service simultaneously on customer satisfaction with F tabel value of 2.782. Then F hitung < F table (2.670 < 2.782).

Among the product quality, price and service quality, the most dominant variable effect on customer satisfaction in KJKS BMT Nurul Ummah Ngasem-Bojonegoro is the variable quality of the product, because t value> variable price and quality of service with tcount (7.684) the quality of the product, (1.385) and the price (1,000) quality of service.

This research aims KJKS BMT Nuru Ummah to be better to run the service quality so that products be quality and price selallu affordable for customers and consumers.

Keywords: product quality, price, service quality and customer satisfaction.

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

الملخص

وكتب أطروحة بعنوان "تأثير جودة المنتج والسعر ونوعية الخدمة المقدمة إلى رضا العميل في الخدمات المالية الإسلامية كوبراسي مظاهرة مال وات تامويل نور نجاسيم الأمة-بوجونيجورو" مش. زين عزيزموكثاروم نيم:ف١٢٢٣١٢٤١ , قسم الاقتصاد الشريعة الإسلامية دولة جامعة" الدراسات العليا سنن أمبيل سورابايا، ألف وخمسة عشر. وتسترشد ه الأستاذ الدكتور إسماعيل النووي فاضي، الآلام والكروب الذهنية، م. سي

في التنمية الاقتصادية الحالية، سعى الأعمال المالية مؤسسة مالية خاصة الشريعة كثيرا بعد بالجمهور. ويفترض. المجتمعأن المؤسسة المالية استناداً إلى مبادئ الشريعة الإسلامية ستكون أكثر أماناً وأكثر ملاءمة منذ استخداموفقا "الشريعة الإسلامية. مع الأساس لهذا المجتمع تزداد الثقة– النظام للحصول على النتائج واستخدام العقدالمالية مع المؤسسات المالية في الشريعة الإسلامية . ومع ذلك تجدر الإشارة إلى أن الجمهور أيضا اهتماما بنوعية الشريعة المؤسسات المالية بالفعل كما يريدون وهناك خمسة مشكلة صياغة في البحث: (١) هل هناك من له أهمية تأثير على جودة المنتج في رضا العملاء ضد "مظاهرة كيكس" مال وات تمويل نور نورالأمة نجاسيم - بوجونيجورو. (٢) هل هناك تأثير كبير على رضا العملاء ضد الأسعار كجكس مظاهرة مال وات ر نورالأمة نجاسيم - بوجونيجورو (٣) هل هناك تأثير كبير نوعية الخدمة إلى رضا الزبون في مال مظاهرة كجكس وات تامويل نورالأمة نجاسيم – بوجونيجورو (٤) هناك نفس التأثيرات (جودة المنتج والسعر ونوعية الخدمة) ضد رضا الزبون في وات مال مظاهرة تمويل كيكس نورالأمة نجاسيم - بوجونيجورو(٥) هل هناك تأثير مهيمن (جودة المنتج والسعر ونوعية الخدم بما يرضي العميل) في مظاهرة مال وات تماويل كيكس نورالأمة نجاسيم- بوجونيجور

والوثائق. تقنيات تحليل البيانات ويستخدم هذا البحث نهج كمي. مع الزبائن ستة وخمسين. أساليب جمع البيانات وأساليب الآن، والمقابلة، والمراقبة باستخدام موفري الخدمات المشتركة تسعة عشر مع(١) اختبار صحة وموثوقيةالمراحل(٢) متعددة ريجرينسي التحليل (٣) ختبار اختبار اختبار الفرضية النتائج التي أظهرت أن هناك كبير التأثير بين متغير نوعية وتيرديداري ت فا.

المنتجات ضد رضا العملاء، بينما سعر لا آثار كبيرةضد رضا العملاء وجوده الخدمة لا تأثير كبير نحو رضاء العميل.
في جدول معاملات على نوعية المنتج (س) ثبت الحصول على القيمة (ليمار فاصلة اثنين مائة وانتشال أحد) لعدم الجدول (اثنين ستة صفر فاصلة صفر) وسيك (صفر فاصلة أربعة عشر) أكبر (صفر صفر فاصلة خمسة). ثمن الحصول عليها سييج القيمة. التسجيل (تحميل الصفر، سبع مائة واثنان وثلاثون) أكبر من لا-جدول (تحميل اثنين ستة صفر فاصلة) مع ليبية رئيسية سييج (صفر غيبوبة أربع مائة سبعة وستون) من (صفر صفر فاصلة خمسة). وعن نوعية الخدمة القيمة المستردة (تحميل صفر فاصلة صفر خمسة عشر) أكبر من أية جداول (تحميل فاصلة اثنين صفر ستة صفر) مع سيج. (فاصلة صفر تسع مائة ثمانية وثمانون) أكب (من صفر صفر فاصلة خمسة) في اختبار القوات المسلحة الكونغولية التي لا يوجد أثر إلى حد كبير التأثير بين منتج الجودة والسعر والخدمة النوعية رضا العملاء ضد في وقت واحد مع الجدول قيمة من فاك (فاصلة اثنين سبعة مائة اثنان وثمانون). ثم فاك فاك أصغر من جدول العد (اثنين فاصلة ستة مائة اثنان وسبعون أصغر غيبوبة سبعة مائة اثنان وثمانون)
ين جودة المنتج والأسعار ونوعية الخدمات، هو تأثير المتغير الأكثر هيمنة على رضا العملاء في مال مظاهرة كيكس وات تمويل نورالأمة نجاسيم - متغير نوعية المنتج، ونظرا لأن قيمة عدد لا يزيد على التسعير المتغير ونوعية الخدمة مع قيمة لا لا العد (سبعة فاصلة ستة مائتان وأربعة وثمانون) جودة المنتج, بوجونيجورو فاصلة ثلاث مائة خمسة وثمانين) (واحد سعر ونوعية الخدمة)

تهدف هذه الدراسة إلى مال مظاهرة كيكس وات تمويل عبدالمجيد العنزي الأمة لأفضل جودة الخدمة من أجل تشغيل أسعار المنتجات والجودة ويجري سيلالو بأسعار معقولة للعملاء والمست
الكلمات الرئيسية: جودة المنتج، والسعر، ورضا العملاء ونوعية الخدمة

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