

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH  
INDONESIA REGION SURABAYA**

**(Survey pada nasabah tabungan *Wadi'ah Yad Dhamanah* di Bank  
Syariah Indonesia Region Surabaya)**

**SKRIPSI**

oleh:  
**Dhany Agung Firdaus Setyawan**  
NIM: G04218014



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN

Saya, Dhany Agung Firdaus Setyawan, G04218014, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanki lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 4 Januari 2023



Dhany Agung Firdaus S.

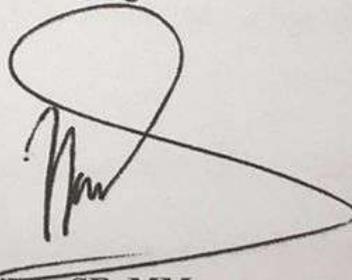
NIM. G04218014

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 04 Januari 2023

Skripsi yang ditulis oleh Dhany Agung Firdaus Setyawan NIM: G04218014 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nurlailah', written over a horizontal line.

Nurlailah, SE, MM

Nip: 196205222000032001

# LEMBAR PENGESAHAN

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA REGION SURABAYA (Survey pada nasabah Tabungan *Wadi'ah Yad Dhamanah* di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya)

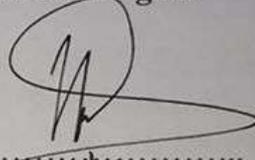
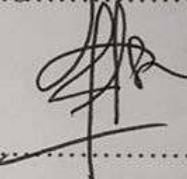
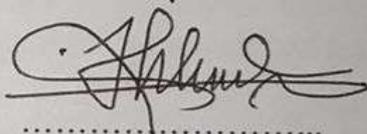
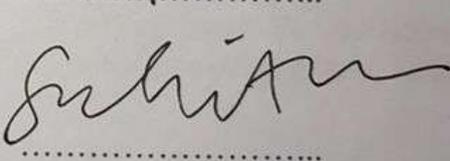
Oleh  
Dhany Agung Firdaus S.  
NIM: G04218014

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada  
Tanggal 11 Januari 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

### Susunan Dewan penguji:

1. Nurlailah, SE, MM  
Nip: 196205222000032001  
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si.,M.E.I  
NIP. 198106062009012008  
(Penguji 2)
3. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.  
NIP. 197008042005011003  
(Penguji 3)
4. Selvia Eka Aristantia, M.A.  
NIP. 199307302019032029  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan:

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

Surabaya, 11 Januari 2023  
Dekan



Dr. Sirajul Arifin S. Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@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 : Dhany Agung Firdaus Setyawan  
NIM : G04218014  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah  
E-mail address : dhanyagung34@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 :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA REGION SURABAYA (Survey pada nasabah tabungan *Wadi'ah Yad Dhamanah* di Bank Syari'ah Indonesia Region Surabaya).

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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 izin 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, 29 Agustus 2023

Penulis

(Dhany Agung Firdaus Setyawan)

## ABSTRAK

Penelitian di skripsi ini yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya (survey pada nasabah tabungan Wadi’ah Yad Dhamanah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya)” yang dimana pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

Dalam melakukan penulisan, peneliti menggunakan metode kuantitatif yang dimana metode ini digunakan untuk mengukur seberapa pengaruhnya kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya secara simultan maupun parsial. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yang dimana sampel yang digunakan adalah nasabah-nasabah yang masih menabung di sekitar Bank Syariah Indonesia se Surabaya. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau banyaknya populasi yang dimana dapat berubah sewaktu-waktu, maka sampel pada penelitian ini menggunakan rumus roscoe yang akan menghasilkan responden sebanyak 100. Adapun penggunaan dalam analisis untuk penelitian ini yaitu menggunakan SPSS 26.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung  $3,521 >$  dari t tabel  $1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Kemudian ada juga dari Kualitas Layanan yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung  $9,515 > 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Secara simultan dari kualitas produk dan layanan berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai f hitungnya  $90,639 >$  f tabel  $3,09$ .

Dapat dijelaskan bahwa adanya hubungan yang positif antara kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu pihak dari masing-masing bank di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya harus menjaga atas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dari nasabah terhadap kualitas produk dan layanan yang diberi.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Layanan, Kepuasan Nasabah, Parsial, Simultan**

## ABSTRACT

The study, titled "the influence of product and service quality on customer satisfaction in Bank Syariah Indonesia Region Surabaya (survey of Wadi'ah Yad Dhamanah savings customers in Bank Syariah Indonesia Region Surabaya)," seeks to ascertain whether product and service quality influences customer satisfaction in Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

In writing, the researcher employs a quantitative method to assess the impact of product and service quality on customer satisfaction in the Bank Syariah Indonesia Surabaya Region, either simultaneously or partially. The technique used in this study uses non-probability sampling, where the sample used is customers who are still saving at Bank Syariah Indonesia in Surabaya. Due to the unknown population size, which can change at any time, the sample in this study uses the Roscoe formula, which will produce 100 respondents. SPSS 26.0 was used in the analysis for this study.

According to the findings of this study, the variable "product quality" has a partially significant effect on customer satisfaction, with a t-count of 3.521 > from a t-table of 1.984 and a significance value of 0.001 < 0.05. Then there is also service quality, which has a partially significant effect on customer satisfaction with a t-value of 9.515 > 1.984 and a significance value of 0.00 < 0.05. Simultaneously, with a calculated f value of 90.639 > f table of 3.09, the quality of products and services has a significant effect on customer satisfaction.

It can be explained that there is a positive relationship between product and service quality and customer satisfaction. Therefore, parties from each bank in the Bank Syariah Indonesia Region of Surabaya must take care of the factors that can affect customer satisfaction with the quality of the products and services provided.

**Keywords:** *Product Quality, Service, And Customer Satisfaction, Partial And Simultaneous*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PUBLIKASI .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat teoritis .....	9
1.4.1 Manfaat Praktis .....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Teori Kualitas Produk .....	11
2.2 Teori Kualitas Pelayanan .....	13
2.3 Teori Kepuasan Nasabah.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	18
2.3 Hipotesis Penelitian.....	24
2.4 Kerangka Konseptual .....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Tempat atau Waktu Penelitian .....	27
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	27
3.4 Variabel Penelitian .....	30
3.5 Definisi Operasional.....	30
3.6 Data dan Sumber Data .....	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32

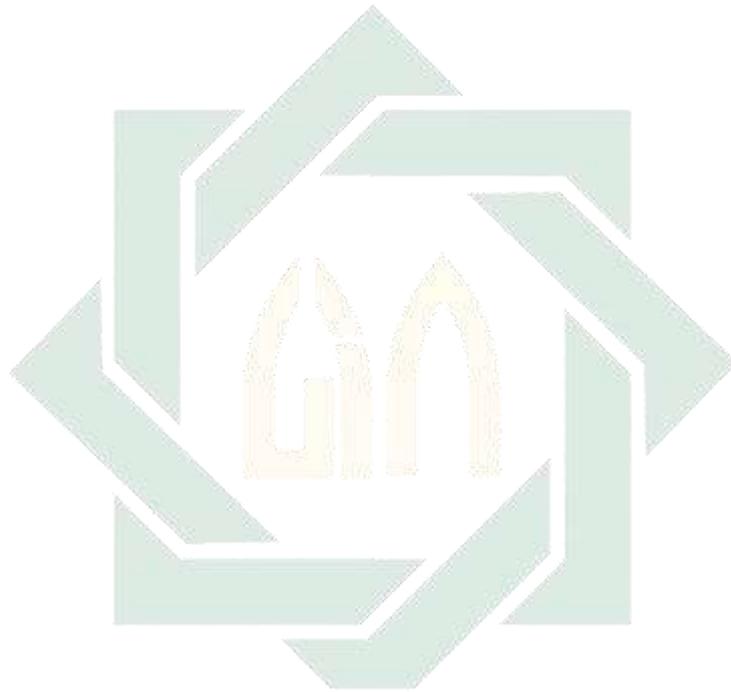


## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya</b> .....	22
<b>Tabel 3. 1 Indikator Penelitian</b> .....	31
<b>Tabel 4. 1 Jenis Kelamin</b> .....	45
<b>Tabel 4. 2 Pekerjaan</b> .....	46
<b>Tabel 4. 3 Umur</b> .....	47
<b>Tabel 4. 4 Pendapatan</b> .....	48
<b>Tabel 4. 5 Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia</b> .....	49
<b>Tabel 4. 6 Produk Tabungan</b> .....	50
<b>Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Produk (X1)</b> .....	52
<b>Tabel 4. 8 Variabel Kualitas Layanan (X2)</b> .....	55
<b>Tabel 4. 9 Variabel Kepuasan Nasabah</b> .....	59
<b>Tabel 4. 10 Uji Validitas</b> .....	62
<b>Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas</b> .....	63
<b>Tabel 4. 12 Uji Normalitas</b> .....	64
<b>Tabel 4. 13 Uji Multicollinearitas</b> .....	65
<b>Tabel 4. 14 Uji heteroskedastisitas</b> .....	66
<b>Tabel 4. 15 Uji Regresi Linier Berganda</b> .....	66
<b>Tabel 4. 16 Uji Parsial</b> .....	69
<b>Tabel 4. 17 Uji Simultan</b> .....	70
<b>Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi</b> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 ..... 26



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Bank Syariah sangat maju tanpa terkecuali Negara Indonesia. Perkembangan inilah yang dirasakan dari Perbankan Indonesia yang modern dan menyesuaikan sesuai dengan perkembangan zaman. Dari segi berbagai macam kualitas produk dan layanan yang didapatkan oleh nasabah. Dalam mendapatkan tingkat kepuasan pada kegiatan konsumsi, Islam memberikan pandangan pada beberapa batasan-batasan dalam kepuasan pandangan islam, tentunya hal ini agar dapat memberikan kemaslahatan.

Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat menjadi Bank Syariah Indonesia ini mempunyai beberapa produk di dalamnya seperti tabungan Easy Mudharabah, Bank Syariah Indonesia Tabunganku, Bank Syariah Indonesia tabungan Pendidikan, Bank Syariah Indonesia tabungan Valas dan lain sebagainya. Salah satu tabungan yang ingin diteliti yaitu Bank Syariah Indonesia Tabunganku. Terdapat penjelasan Bank Syariah Indonesia Tabunganku yaitu yang merupakan tabungan yang memakai akad *Wadiah Yad Dhamanah*. yang dimana nasabah menitipkan uang atau barang yang dititipkannya kepada pihak bank. dan pihak bank boleh mengelola dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkannya sesuai dengan akad yang berlaku. dan juga pihak bank akan memberikan bagi hasil kepada nasabah dalam bentuk bonus atau bagi hasil. Hal ini menjadikan Bank Syariah Indonesia merujuk pada syari'at islam dengan prinsip dan konsep yang didasari

melalui tolong menolong dan tanggung renteng. Hal ini menjadikan adanya peran andil pada ekonomi syariah. Inilah yang membedakan antara prinsip syariah dengan yang lainnya. Konsekuensi prinsip ini dalam dunia perbankan adalah haramnya bunga yang dimana hal-hal tersebut masuk dalam unsur *riba'*, *maisir*, dan *gharar*. Tiga unsur inilah yang menjadi keserakahan dan ketidakadilan dalam kehidupan ekonomi.

Ekonomi syariah ini dapat diartikan dalam salah satu aktivitas atau usaha yang tidak terlepas dari adanya persoalan-persoalan mengenai harta dan benda, serta dilakukan oleh satu dengan yang lain maupun antar kelompok. Cerminan tujuan dalam ekonomi syariah ini terlihat dari substansi yang mengutamakan prinsip yang lahirnya aturan-aturan sebagai kemaslahatan, karena dari visi dan misi yang diajarkan dalam agama islam ini akan mengimplementasikan dalam suatu bentuk paradigma pola berpikir dan perilakunya. Hal-hal inilah yang akan membawa tujuan yang positif akan ditinjau pada pilar moralitas islam yang akan berdiri dalam suatu keimanan dan esensi yang berupa nilai tauhid. Suatu ayat ekonomi pada Al-Qur'an merupakan gambar realita yang secara tidak langsung adanya gambaran-gambaran dalam memberikan informasi yang terus-terang bahwasannya ajaran islam sangatlah luas akan wawasannya dari ruang lingkup maupun isinya. Serta tidak hanya menyentuh pada persoalan ibadah atau ajaran-ajaran tauhid saja, melainkan setiap semua elemen-elemen yang berkaitan tentang makhluk hidup bahkan sampai ke sisi ekonomi yang lebih populer dalam sebutan ekonomi syariah. Karena ciri khas inilah yang berbeda dari sistem ekonomi konvensional pada umumnya. Dari sinilah peran Allah SWT mencakup dalam

seluruh aspek ekonomi menjadi sebuah keadaan yang mutlak. Hal ini akan membantu dalam keadaan positif dalam melaksanakan penegakan keadilan, menciptakan stabilitas dalam perekonomian yang unggul dalam menghadapi kebijakan moneter dibandingkan dengan sistem konvensional (Saputera, 2021).

Kemudian dengan adanya kemudahan yang dapat dirasakan oleh nasabah dalam memakai produk layanan serta mobile banking yang dirasakan dalam diri nasabah. Yang dapat diketajui bahwa kepuasan adalah respon pemakai terhadap nilai yang diberikan oleh seseorang dalam membandingkan kinerja suatu produk dengan harapan apa yang ingin diraih (Nurhidayati & Cahyani, 2021).

Jika dalam suatu produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang ia harapkan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, maka nasabah merasa tidak akan merasa puas. Sebaliknya, jika nasabah tersebut puas dengan apa yang ia terima atas barang atau jasa yang diperolehnya, maka konsumen akan merasa puas (Nugroho & Saryanti, 2019). Maka dalam hal inilah adanya suatu kepuasan dari seorang muslim. Kepuasan ini disebut dengan Qana'ah (kepuasan dalam islam). Kepuasan inilah menjadikan cermin bagi seorang muslim secara lahir maupun batin. Hal ini mendorong kepuasan dari seorang konsumen dalam bersikap adil.

Dari konsep ini, kemudian dapat dinilai utama dari kepuasan yaitu kemaslahatan, bukan utilitas. Bentuk kemaslahatan inilah yang didasarkan atas pertimbangan yang logis, sesuai dengan hal yang dianggap pantas dan tentunya baik bagi masyarakat yang sudah ditetapkan sesuai hukum islam yang berlaku, seperti sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara'.

Adapun kualitas pada produk di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya yang menjadikan faktor penentu dalam menciptakan suatu kepuasan bagi para nasabah dalam memakai serta kegunaan suatu produk yang ingin digunakan. Kualitas produk inilah yang dapat diartikan dalam seberapa jauh kemampuan suatu produk dalam memenuhi serta kepuasan bagi nasabah dalam membutuhkan produk tersebut. Serta Kualitas Produk ini menjadikan suatu hal yang dapat ditawarkan kepada pasar dalam memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan bagi nasabah.

Apalagi dengan produk yang akan ditabung oleh nasabah ini terbilang cukup mudah yaitu dengan melalui aplikasi *BSI Mobile*. Dalam produk *Wadi'ah Yadh-Dhamanah* ini, adanya keunggulan dari produk tersebut seperti tidak adanya biaya administrasi bulanan, tidak adanya biaya tambahan jika menarik tunai di ATM Mandiri (yang tentunya hal ini menjadikan jangkauan ATM Bank Syariah Indonesia bisa sangat luas), bebas biaya pada transaksi *QRIS*, dan juga nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya transaksi pada kartu debis Bank Syariah Indonesia di semua *EDC (Electronic Data Capture)*. Pembuatan dalam pembuatan ini dengan menggunakan biaya awal tabungan di *Wadi'ah Yadh-Dhamanah* dengan jumlah minimal Rp. 100.000 Ribu Rupiah. Hal ini menjadikan layanan-layanan serta produk yang ditawarkan cukup mudah untuk dipahami dalam membuka rekening secara *daring*. Hal seperti inilah yang diharapkan dari calon-calon nasabah dalam membuka rekening di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Faktor inilah yang menjadikan kualitas produk dan layanan menjadi hal yang sangat penting bagi kepuasan bagi nasabah.

Kebutuhan serta keinginan nasabah sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah, karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan menabung di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku nasabah supaya kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Tindakan yang dilakukan oleh seorang individu, kelompok ataupun organisasi yang dapat berhubungan dengan proses pengambilan suatu keputusan untuk mendapatkan ataupun menggunakan barang atau jasa secara ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan dapat disebut dengan perilaku nasabah.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam membuat keputusan dalam menabung. Faktor-faktor tersebut Sebagian besar tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus diperhatikan. Namun secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibagi menjadi dua bagian yaitu eksternal dan faktor internal. Faktor internal individual yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu seperti motivasi, kepribadian, pembelanjaan, sikap dan persepsi konsumen. Kemudian yang terakhir ada faktor eksternal, yang dimana faktor eksternal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang berupa kelompok rujukan, kelas sosial, budaya dan komunikasi (Subianto, 2007).

Tujuan dalam kegiatan pemasaran ini adalah untuk mempengaruhi nasabah agar bersedia menabung di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya pada saat mereka membutuhkan. Sebelum kegiatan pemasaran dilakukan, manajer harus memahami perilaku nasabah, manajer akan mengetahui pemasaran yang tepat

ataupun kesempatan baru dari segmentasi pasar yang diidentifikasi dari belumnya kebutuhan pasar yang terpenuhi. Karena itulah peneliti ingin melakukan penelitian lebih dalam terkait kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Hal ini menjadi acuan peneliti dalam meneliti, karena dengan adanya pembaharuan merger dari tiap masing-masing Bank BUMN seperti Mandiri Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Negara Indonesia Syariah ini akan terlihat seberapa pengaruh dari produk dan layanan yang dibuat oleh Bank Syariah Indonesia ini akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Melakukan dalam proses perbandingan ada atau tidaknya pengaruh ini akan menjawab dari tiap masing-masing variabel untuk mengukur seberapa bagus dari

Dalam penelitian M. Rizal Firmansyah (2016) yang menjelaskan tentang pengaruh kualitas produk terhadap nasabah menuliskan bahwa adanya kelebihan dalam produk *Wadi'ah* ini yaitu keuntungan bonus bagi nasabah dalam menabung di produk *Wadi'ah* karena bonus ini tidak menanggung adanya resiko kehilangan dana dari nasabah tersebut, sehingga nasabah akan tertarik dengan produk *Wadi'ah* ini (Firmansyah, 2016). Hal ini menjadikan paradigma pada produk tabungan *Wadi'ah Yadh-Dhamanah* sangat sesuai dengan kebutuhan bagi nasabah yang ingin menabung sesuai dengan syari'at islam yang berlaku. Dengan bentuk kompensasi inilah sebagai bentuk kepercayaan nasabah dari bank dalam mempercayakan tabungannya di Bank Syariah. Dari hasil yang telah diteliti oleh M. Rizal Firmansyah ini bahwa adanya pengaruh positif secara signifikan dari kualitas produk ini terhadap produk *Wadi'ah* terhadap kepuasan nasabah dengan Uji t

sebesar 2,744 dan 0,013 ini signifikansinya, sehingga ada nya kebenaran dari hipotesis yang pertama.

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Amanda BR Tarigan, Dalam kepuasan nasabah dari standar layanan *Customer Service* di 2018 yang menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati ini dalam penerapannya bahwa standar Layanan *customer service* sudah berjalan dengan baik terhadap nasabah, hal ini telah di perhatikan setiap keluhan dari setiap nasabah yang diperoleh (Amanda BR Tarigan, 2018).

Penelitian yang diteliti oleh M. Syairozi ini terkait terkait pengaruh kualitas dari Pelayanan dan produk terhadap kepuasan nasabah yang terjadi di LKMS Semarang pada tahun 2016, bahwasannya ( $H_1$ ) pada hipotesis kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah ini tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan kualitas dari produk ini ( $H_2$ ) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian dalam hasil yang disimpulkan pada ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima, yang dimana kualitas produk dan layanan ini pada kedua variabel tersebut berpengaruh secara signifikan Bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Syairozi, 2016).

Dalam judul yang diajukan Intan Kamila di UIN Syarif Hidayatullah yang dimana pengaruh kualitas produk dan layanan ini berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri di Jakarta. Hipotesis pada  $H_1$  pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah ini bahwa nilai t-hitung pada kepuasan nasabah lebih besar dari pada t-tabel 1.96 yaitu sebesar

2.557. hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada hipotesis yang kedua pada H<sub>2</sub> (kualitas layanan) terbukti bahwa koefisien variabel laten dari *output path coefficient* ini sebesar 0.342. Yang menjadikan penunjuk bahwa adanya pengaruh yang positif sebesar 34.2% terhadap kepuasan nasabah (Kamila, 2017).

Maka dari itu, dengan adanya fenomena yang sudah dipaparkan oleh peneliti sebelumnya, penulis tertarik dalam melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya (Survey pada nasabah Tabungan Wadi’ah Yad Dhamanah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya?
2. Apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Terdapat macam-macam faktor yang mempengaruhi dampak kepuasan nasabah pada kualitas produk serta layanan dari bank syariah. Dalam hal ini, penulis hanya merumuskan pada fokus penelitiannya yang ditinjau dari segi pengaruh kualitas produk serta layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka saya mempunyai tujuan dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari sebuah penelitian pasti mempunyai manfaat dalam mengembangkan bidang keilmuannya, baik secara praktis maupun teoritis. Begitu pula dengan penelitian ini, manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

##### **1.4.1 Manfaat teoritis**

- a. Dapat mengetahui pengaruh pada kualitas pelayanan serta manfaat dari kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya terhadap pengembangan ilmu ekonomi syariah yang terkait dengan penelitian ini.

##### **1.4.1 Manfaat Praktis**

- a. Bagi Praktisi

Sebagai bahan acuan atau wawasan dalam mengembangkan suatu produk yang baru dan menghasilkan layanan yang lebih baik bagi nasabah yang lebih terperinci dalam memilih lembaga dalam Perbankan Syariah agar dapat perhatian juga dalam pelayanan serta produk yang diberi.

- b. Bagi Penulis

Sebagai tugas akhir atau skripsi serta dapat menambah wawasan tentang seberapa pengaruhnya suatu produk dan layanan pada kepuasan yang didapatkan oleh nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan acuan atau wawasan informasi yang sudah diberi terkait dengan kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

d. Bagi Masyarakat

Sebagai ilmu pengetahuan yang diberikan dalam informasi untuk semua kalangan untuk meningkatkan wawasan serta acuan bagi masyarakat untuk memilih secara terperinci dalam memilih lembaga dalam Perbankan Syariah, agar dapat perhatian juga dalam pelayanan serta produk yang diberi.

e. Bagi Lembaga

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Ekonomi Syariah dalam penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan dalam penerapan terkait indikator kepuasan nasabah terkait kualitas produk dan layanan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Untuk terciptanya sumber daya manusia yang dapat memperhatikan kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari kebutuhan yang konsumen dapatkan. Menurut Kotler dan Armstrong ini menyimpulkan bahwa Kualitas Produk merupakan dari kebutuhan konsumen yang sudah di temukan berdasarkan dari hasil yang didapat atas kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Arti dari sebuah kualitas produk menurut dari Kotler dan Armstrong yaitu kemampuan dari produk dalam melihat dari suatu fungsi dari kualitas produk tersebut. Hal ini termasuk keseluruhan dari kehandalan, ketepatan, daya tahan, kemudahan dalam pengoperasiannya dan reparasi dari suatu produk serta atribut produk lainnya.

Dari pemaparan kotler dan armstrong ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan dari suatu produk ini bisa memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan dari para konsumen (Amstrong & Kotler, 1997).

Produk dalam tingkatan dapat dibagi berdasarkan pada manfaat pada penggunaannya menurut (Keller & Kotler, 2018), antara lain:



Adanya kerusakan atau gagalnya pemakaian dari suatu produk meskipun presentase kerusakannya sangat kecil

4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*)

Standar-standar yang sudah ditetapkan dalam karakteristiknya, desain dan operasinya sudah memenuhi dalam ketetapan yang sudah ditetapkan sebelumnya

5) Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Kemampuan dalam penanganan seperti kecepatan, kompetensi, kenyamanan, perbaikan, dan penanganan dalam keluhan yang memuaskan.

## 2.2 Teori Kualitas Pelayanan

Secara etimologis, kata pelayanan diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berarti “usaha dalam melayani orang yang membutuhkan”. Pada dasarnya layanan ini merupakan kegiatan yang konsumen atau nasabah terima dari penawaran yang dilayani, yang sifatnya ada atau berwujud maupun tidak dapat dimiliki.

Utami menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah perspektif dari konsumen dalam jangka panjang dan evaluasi pertimbangan atas penawaran yang telah dilayani dalam suatu peristiwa.

Yang dirasakan oleh nasabah pada kualitas layanan yaitu melalui penilaian, hal yang berhubungan dengan suatu transaksi yang spesifik, lebih abstrak dan eksklusif dengan dasar pada persepsi-persepsi dalam kualitas yang

berhubungan dengan kepuasan dan harapan dari kinerja suatu produk jasa bank, fleksibilitas dalam perubahan permintaan pasar (Kasmir, 2008).

Menurut (Tjiptono, 2012) bahwa kualitas layanan diberikan seberapa bagus tingkatan yang sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Lupioyadi menjelaskan juga bahwa kualitas layanan adalah sesuatu hal yang menyeluruh dari tingkat ciri-ciri dan karakteristik dalam suatu kemampuan yang dihasilkan seperti produk maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan (Kasmir, 2008).

#### 2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pengembangan model pengukuran kualitas layanan di perbankan syariah yang dikemukakan oleh (Othman & Owen, 2002) khususnya dalam mengukur indikator yang menggunakan model CARTER (Kasmir, 2008). Model CARTER ini ada 6 dimensi yaitu:

- 1) *Compliance* : Kemampuan dalam memenuhi hukum-hukum islam serta beroperasi dalam berdasarkan prinsip ekonomi dan perbankan syariah. Variable-variabel dalam *compliance* dalam penelitian ini yaitu menjalankan prinsip-prinsip dan hukum islam, menerapkan ketentuan dalam layanan produk yang islami, kesempatan dalam mendapatkan pinjaman bebas bunga dan menerapkan dalam menentukan pembagian keuntungan dalam berinvestasi.

- 2) *Assurance* : Pengetahuan serta kesopanan dari para karyawan, dan juga kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dari para pelanggan kepada perusahaan. Variable-variabel *assurance* dalam penelitian ini meliputi karyawan yang sopan serta bersahabat, para tim manajemen yang berpengalaman dan juga memiliki pengetahuan yang luas serta rasa aman dan percaya dalam menggunakan produk dan jasa bank yang ingin digunakan oleh nasabah.
- 3) *Reliability* : Kemampuan dalam memberikan jasa atau dan juga layanan yang sebagaimana di janjikan dengan akurat serta terpercaya. *reliability* Dalam penelitian ini meliputi ketetapan dalam memenuhi janji, akurasi pencatatan transaksi dan juga variasi produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan.
- 4) *Tangible* : Dapat dilihat dari aspek yang secara fisik seperti misal peralatan, personel serta bahan-bahan komunikasi. *Tangible* dalam penelitian ini meliputi tampilan kantor serta fasilitas fisik yang menarik dan juga transaksi yang cepat serta efisien.
- 5) *Emphaty* : Kemampuan dari karyawan untuk peduli serta memberikan perhatian dengan cara personal kepada pelanggan. *Emphaty* dalam penelitian ini meliputi kenyamanan di ruang tunggu, bantuan serta perhatian khusus, jam pada





- 4) Jaminan (*Assurance*). Dengan adanya jaminan ini memberikan nasabah jaminan dalam keamanan, kemampuan dari sumber daya manusianya dan memberikan jaminan yang sesuai dengan apa yang diharapkannya
- 5) Empati (*Emphaty*). Hal ini berkaitan dengan adanya kemudahan dalam mendapatkan Pelayanan, keramahan, komunikasi dan pemahaman yang dibutuhkan oleh nasabah.

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

1. Dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri cabang Jakarta Simprug)**” yang ditulis oleh Intan Kamila tahun 2017 menjelaskan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dapat diterima. Nilai dari t-hitung *Output path coefficient* menunjukkan bahwa pada konstruk Kualitas Produk terhadap konstruk kepuasan mempunyai nilai yang berpengaruh. Kualitas Produk terhadap konstruk kepuasan nasabah yang berpengaruh ini terbukti positif pada *output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai koefisien variable laten sebesar 0.446 terhadap pengaruh positif sebesar 44.6% kepada konstruk kpuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk Bank Syariah Mandiri akan diikuti dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, karena kualitas produk Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki sifat dan karakteristik produk yang khas, sehingga pelanggan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan serta kemauannya merasa puas dengan produknya (Kamila, 2017).



tinggi kepuasan pelanggan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah Hubbul Wathon. Sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan tingkat kualitas produk efek positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang diterima.

Kualitas layanan dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabelnya independen (kualitas layanan dan kualitas produk) bersama-sama secara signifikan mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan).

3. Dalam skripsi yang berjudul **“Kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan Bank Syariah di Kota Metro”** yang ditulis oleh Ida Fitriani yaitu kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan Bank Syariah di kota ini Metro, ada yang puas dan juga ada yang tidak puas. Kepuasan untuk produk bank syariah, yaitu pada produk tabungan berprinsip Wadiah, karena unsur kemurahan dalam produk, biaya tinggi dari produk tabungan yang diberikan dan hanya sedikit yang khawatir tentang kemudahan produk. Padahal tidak ada kepuasan nasabah terhadap produk bank syariah karena tidak adanya unsur kenyamanan dan juga produk yang kurang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi (ida fitriani, 2018).

Bagi nasabah yang puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank Syariah, lebih puas dengan layanan di bagian front liner, karena karyawan senyum murahan, juga ramah dalam melayani pelanggan dan tidak lupa juga mengucapkan salam pada awal layanan. sedangkan untuk pelanggan yang tidak puas dengan layanan

yang diberikan oleh bank syariah, berkenaan dengan sikap atau kecepatan dan efisiensi dalam layanan, yang sangat mengecewakan

4. Dalam Jurnal yang berjudul **“pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah studi pada Bank Umum Syariah di Provinsi Lampung”**

yang ditulis oleh Sefta Kurniawansyah dll yaitu dimensi *CARTER* digunakan untuk nilai *Adzjusted R Square* besarnya dari pengaruh kualitas pelayanan islam. 73,8% nasabah perbankan syariah di provinsi Lampung menggunakan dimensi *CARTER*. Maka dari itu dalam meningkatkan serta mempertahankan kualitas Pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah di bank syariah, harus lebih ditingkatkan melalui dimensi jaminan dan ketetapan, yaitu kemampuan bank umum syariah untuk memperhatikan perawatan yang tulus dan individu atau pribadi diberikan kepada pelanggan dan jaminan serta kepastian kepuasan pelanggan Perbankan syariah, yang menunjukkan prosedur yang mudah, reputasi bank sejumlah frontliner dan keamanan yang baik, serta sarana dan prasarana diberikan lebih baik lagi (Kurniawansyah et al., 2020).

5. Dalam Jurnal yang berjudul **“Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank”** yang ditulis oleh Meli Andriyani dan Riski

Eko Ardianto yaitu Penelitian ini menghasilkan temuan dari data penelitian yang valid dan reliabel. 71% menghasilkan model variable kualitas layanan independent dan kualitas produk yang layak dengan variasi pada kepuasan pelanggan. Penelitian juga telah menghasilkan model yang layak karena variabel kualitas layanan independen dan kualitas produk mampu menjelaskan 71,2% variasi dalam kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tidak mempengaruhi







$H_{a1}$  : Tidak berpengaruh yang signifikan dalam kualitas produk dan pelayanan secara simultan ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y_1$ ) di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

2.  $H_{02}$  : Berpengaruh yang signifikan dalam kualitas produk( $X_1$ ) dan layanan secara parsial ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y_1$ ) Di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

$H_{a2}$  : Tidak berpengaruh yang signifikan dalam kualitas produk( $X_1$ ) dan layanan secara parsial ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y_1$ ) di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

#### **2.4 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual menurut Sugiyono menjelaskan bahwa kerangka konseptual ini suatu model konseptuan atau konsep yang saling berhubungan namun mempunyai beberapa ciri-ciri yang telah diketahui sebagai suatu masalah yang penting (Fitria, 2013).

Kerangka konseptual ini mengacu pada pilihan dari kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Maka dari itu, peneliti menggambarkan dalam skema dari kerangka teori berdasarkan dari pembahasan yang sudah dilakukan di tinjauan pustaka sebagai berikut:



## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini mendeskripsikan melalui riset berupa angka atau statistik dari hasil data menggunakan kuesioner dengan menguatkan beberapa studi kepustakaan sebagai penguat peneliti dalam menjelaskan hal yang ingin diteliti. Penelitian ini akan disebar ke beberapa nasabah di Bank Syariah Indonesia di Region Surabaya dalam penelitian ini.

#### **3.2 Tempat atau Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya yang terletak di sekitar area seluruh kota Surabaya, Jawa Timur. Area lingkup yang mencakup area di seluruh kota Surabaya, Jawa Timur adalah di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada tanggal 5 bulan Desember 2022 sampai dengan Tanggal 15 Desember 2022.

#### **3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian**

Menurut (Supranto & Lima Krisna, 2013) menjelaskan bahwa populasi merupakan kumpulan berbagai jenis yang sama tetap dengan karakteristik yang

berbeda-beda. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya yang sudah menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut.

Sampel adalah Sebagian populasi terkait apa yang akan diteliti oleh peneliti (Arikunto, 2002). Sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling*, yang merupakan sampel yang dipilih akan terlibat pada populasi di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya secara acak. Jenis yang akan dipilih dari non *probability sampling* ini adalah *accidental sampling* yang dimana jenis dari sampel ini menentukan target yang tersedia berada ditempat yang sudah menabung Bank Syariah Indonesia Tabunganku di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya (Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut).

Jumlah pengambilan sampel yang ditetapkan (Sugiyono, 2014) yang berpendapat tentang ukuran sampel dalam penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel dalam penelitian adalah 30 sampai 500 responden
2. Sampel dibagi dalam kategori (wanita-pria, mahasiswa-pegawai, dan lain-lain)
3. Penelitian ini akan menggunakan analisis dengan multivariate (korekasi atau regresi ganda). Misal jumlah variabel sebanyak 3 yang diteliti. Kemudian sampel penelitiannya ada 30 (independent dan dependen) maka jumlah anggota sampel sebanyak 90 dengan cara:

$$\text{SAMPEL} = 3 \times 30 = 90$$

Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah yang mempunyai tabungan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya pada nasabah yang menabung di masing-masing tempat Bank Syariah Indonesia yang sudah dibagikan untuk mengisi sampel yang sudah diberikan dan mengacu pada teori Roscoe, untuk mengantisipasi ketidaklengkapan pada pengumpulan data, besar dari perhitungan sampel dalam penelitian ini ditambah 10%. Maka penelitian yang akan dilakukan pada sampel ini yakni menjadi 100. Masing-masing dalam pengambilan sampel ini dilakukan dengan 10 pengambilan di Bank Syariah Indonesia di KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut dan 50 sampel di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa.

### 3.4 Variabel Penelitian

#### a. Variabel Bebas

Yang mana disebut juga dengan variabel independent (X), Karena variabel ini merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab adanya variabel terikat (dependen) maka dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel bebas adalah kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2).

#### b. Variabel Terikat

Variabel terikat bisa disebut juga dengan variabel dependen (Y), variabel ini merupakan bentuk hasil dari variabel bebas. Dan variabel ini juga dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Maka kedua variabel ini saling memengaruhi satu sama lainnya. Pada penelitian ini yang digunakan untuk variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y).

### 3.5 Definisi Operasional

Terdapat dua kelompok besar variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini. Yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

- Variabel bebas kualitas produk (X<sub>1</sub>)
- Variabel bebas kualitas layanan (X<sub>2</sub>)
- Kepuasan nasabah (Y)

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
<p>1. Kualitas Produk (<math>X_1</math>)            Nilai utama yang diharapkan dari nasabah atau konsumen yaitu kualitas produk. Kualitas produk ini mempunyai suatu kemampuan yang dimana barang yang dihasilkan ini akan memberikan hasil yang sesuai, bahkan lebih dari apa yang diinginkan pelanggan (Zamrodah, 2016).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>4. Kemampuan Pelayanan</li> <li>5. Estetika</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja dalam Pelayanannya yang baik</li> <li>2. Cepat dalam mengatasi permasalahan</li> <li>3. Produk tabungan sesuai syariah</li> <li>4. Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dari nasabah</li> <li>5. Produk yang ditawarkan menarik dan beragam</li> </ol>
<p>2. Kualitas Layanan (<math>X_2</math>)            Kualitas layanan ini memberikan kesempurnaan yang dilakukan oleh penyedia layanan dan juga keinginan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan serta ketepatan penyampaian untuk harapan pelanggan (Syairozi, 2016).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepatuhan (<i>Compliance</i>)</li> <li>2. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>3. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>4. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Emphaty</i>)</li> <li>6. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalani kegiatan operasinya dengan menggunakan prinsip dan hukum syariah yang berlaku</li> <li>2. Memberikan jaminan kepada nasabah dalam menabung</li> <li>3. Layanan yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang dipromosikannya</li> <li>4. Fasilitas yang memadai dan lengkap</li> <li>5. Jam operasional yang pas sesuai dengan kebutuhan nasabah</li> <li>6. Selalu bersedia membantu apabila nasabah sedang dalam kesusahan Ketika menabung</li> </ol>
<p>3. Kepuasan Nasabah (Y)            kepuasan nasabah ini menjadikan rasa suka atau tidaknya seseorang dalam suatu produk yang telah dibandingkan dengan kinerja produk yang telah diharapkan. Kepuasan ini menjadi nilai dalam evaluasi setelah pemelihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian dan pengalaman dalam menggunakan produk. (Monica et al., 2019).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Emphaty</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan peralatan dan teknologi yang memadai</li> <li>2. Keakuratan penyampaian kepada nasabah</li> <li>3. Ketepatan waktu dalam Pelayanan administrasi</li> <li>4. Rasa aman berinteraksi dengan karyawan</li> <li>5. Pemahaman kebutuhan yang sesuai dengan keinginan nasabah</li> </ol>

### **3.6 Data dan Sumber Data**

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini ada dua macam sumber. Yang pertama ada data primer kemudian yang kedua ada data sekunder. Data primer ini dapat diperoleh melalui kuisioner yang sudah dibagikan. Di dalam penelitian ini, sumber utamanya yaitu Bank Syariah Indonesia Region Surabaya yang sudah dibagikan dengan 10 pengambilan sampel di Bank Syariah Indonesia di KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut dan 50 sampel di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa melalui wawancara dengan nasabah dan karyawan serta observasi yang dilakukan oleh peneliti yang saling berkaitan dengan kepuasan terkait dengan kualitas layanan serta manfaat untuk nasabah. Kemudian ada data sekunder, yang dimana data sekunder ini diperoleh dari literasi-literasi melalui perpustakaan dan data-data yang diperoleh ini dari bacaan-bacaan yang relevan dengan penelitian ini. Adapula data sekunder dari penelitian ini adalah jumlah nasabah terkait kepuasan dari Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data dalam bentuk deskriptif dengan menggambarkan dan menjelaskan secara detail serta cermat terhadap yang sedang terjadi di lapangan, sehingga bisa disimpulkan mengenai informasi yang didapat. Dan dalam penelitian ini tidak dapat dimanipulasi dalam bentuk data. Tujuan penelitian ini dapat menggambarkan secara sistematis terhadap objek dan subjek yang diteliti.

Dalam memperoleh data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan datanya dilakukan peneliti dalam penelitian sebagai berikut:

### 3.7.1. Kuesioner

Kuesioner ini merupakan pertanyaan tertulis terhadap responden untuk menjawabnya. Yang dimana pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

### 3.7.2. Observasi

Observasi merupakan Langkah awal dalam menuju proses penelitian. Serta observasi ini lebih dipilih sebagai alat dikarenakan dalam penelitian ini para peneliti dapat melihat langsung apa yang dapat langsung dilihat sendiri di lapangan. Oleh karenanya, dengan observasi ini peneliti dapat lebih mudah dalam mengolah data-data serta menyusun banyaknya informasi yang ada. Sehingga dalam hal ini, peneliti melakukan observasi secara langsung mengenai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan manfaat di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya di tiap masing-masing Bank Syariah Indonesia. Dalam 10 pengambilan di Bank Syariah Indonesia di KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut dan 50 sampel di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui penelitian yang dituju secara

langsung bagaimana penerapan pihak bank mengenai kepuasan dari nasabah terhadap kualitas Pelayanan dan manfaat. Pembagian pada sampel yang dituju yaitu pada Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya

### 3.7.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan untuk mengumpulkan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan apa yang diteliti. Dokumentasi ini dapat berupa dokumen-dokumen yang saling berkaitan serta literas-literasi dari buku yang ada. Oleh karenanya, peneliti melakukan pengumpulan dokumen yang saling berkaitan dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas Pelayanan dan manfaat di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

## 3.8 Teknik Analisis Data

### 3.9.1. Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang merupakan hasil yang disajikan secara sistematis dapat ditekankan analisis datanya yang kemudian diolah menggunakan metode statistik, sehingga kesimpulan dan pemahamannya akan lebih mudah, kemudian hasil data dari pengolahan statistik jadi lebih mudah untuk dijabarkan secara deskriptif. Olahan menggunakan hasil kuesioner yang sudah masuk dalam Spreadsheet. Kemudian memindahkan data tersebut ke dalam Excel untuk menjelaskan hasil ke dalam SPSS Versi 26. Sehingga dapat menjelaskan mengenai informasi yang didapat dari hasil yang sudah diperoleh. Dalam penelitian ini tidak dapat melakukan

manipulasi data dan tujuan dari penelitian ini dapat menggambarkan secara sistematis mengenai objek dan subjek yang diteliti.

Setelah dilkakukan penganalisisan oleh peneliti, maka data yang diperlukan akan diolah dan dianalisis dengan pola pemikiran induktif. Yang mana induktif ini berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan. Yang dapat disimpulkan dalam pemecah persoalan atau solusi dapat berlaku secara umum. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah tentang pernyataan dari kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan layanan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Dalam hal ini, penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Sehingga ditemukan pemahaman-pemahaman dari pemecahan permasalahan dari pertanyaan penelitian yang sudah ditentukan

### 3.9.2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ini untuk mengetahui adanya hubungan atau berpengaruhnya antara variabel bebas dari kualitas produk dan layanan ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Dalam penelitian ini akan dirumuskan pada regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Yang dimana:

$Y$  = Kepuasan nasabah

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi

$\beta_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Kualitas layanan

$e$  = Estimasi error

Adapun Langkah-langkah analisis data kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

### 3.8.2. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Analisis yang dipakai dalam mengukur fungsi ukurnya atau benarnya dalam seberapa cermat dalam suatu test yang dapat menguji variable yang diukur uji validitasnya digunakan dalam valid atau tidaknya pada saat kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. (Syairozi, 2016)

Hal yang diungkapkan pada uji validitas ini digunakan untuk mempertanyakan pada kuesioner tersebut sah atau tidaknya dalam menentukan korelasi antara *score* butir pertanyaan dengan total *score*-nya. Penelitian ini dapat dilihat dari signifikan atau tidaknya pada

kolom atau baris total *socre*, jika baris pada kolom tersebut memiliki butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang, berarti data tersebut signifikan. Ada dua tanda bintang (Syairozi, 2016):

- a) Korelasi signifikan pada level 5% (0,05) untuk dua sisi berarti itu berbintang satu
  - b) Korelasi signifikan pada level 1% (0,01) untuk dua sisi berarti itu berbintang dua
- b. Uji Reliabilitas

Pengujian pada reliabilitas ini diukur pada masalah kepercayaan dalam hasil yang sama atau tidak dalam pengukuran ulang pada subyek yang sama, maka dari itu, instrument reliabilitas ini akan menjadi data yang benar atau sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. pada dasarnya, uji reliabilitas ini dapat diuji melalui data yang sudah diperoleh dengan anggapan bahwa hasil dari jawaban kuisioner yang dibagikan dapat dikatakan konsisten dari waktu ke waktu. Teknik penggunaan dalam mengukur reliabilitas ini yaitu menggunakan Teknik *cronbach alpha*. Dalam variabel yang dapat dikatakan reliabel jika nilai dari *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6(Syairozi, 2016).

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan tahap dalam proses analisis regresi yang penting. Dalam hal ini bila tidak adanya gejala pada asumsi klasik maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang handal sesuai dengan BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yang dimana model regresi ini tidak biasa dalam menghasilkan serta handal dalam sebagai penaksir. Kurang validnya asumsi klasik ini merupakan pelanggaran yang berarti model regresi yang diperoleh tidak banyak manfaatnya. Uji asumsi klasik juga tidak berguna dalam melengkapi uji statistik yang sudah di uji yang sudah dilakukan yaitu uji F, t dan determinasi. (Syairozi, 2016). Uji asumsi klasik ini terdiri dari:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini akan menguji apakah variabel independent dan variabel dependen dalam menggunakan model regresi memiliki adanya distribusi normal atau tidaknya. Caranya pun ada berbagai macam, salah satunya dengan menggunakan Analisa grafik. Dengan metode grafik ini, bisa dapat melihat data yang telah digunakan dalam memberikan distribusi normal atau tidaknya dengan melihat grafik histogram dan *normal probability* (Syairozi, 2016). Pengambilan ini dilakukan dengan cara jika nilai normalitasnya lebih besar dari  $\alpha > 0,05$ , maka data tersebut bisa dikatakan terdistribusi secara normal.

Sebaliknya, jika nilai normalitasnya lebih kecil dari  $\alpha < 0,05$ , maka data tersebut bisa dikatakan tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji *Multicollinearity*

*Multicollinearity* merupakan variable-variabel bebas dengan situasi yang dimana adanya korelasi antara satu dengan yang lainnya. Masalah yang terjadi dalam Multikolinearitas dapat merubah tanda yang mengakibatkan dari parameter estimasi (Syairozi, 2016).

Dalam menguji *multicollinearity* ini, peneliti menggunakan metode VIF (*Varian Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Dalam nilai VIF dan *Tolerance* ini nilainya saling berlawanan, kalau nilai dari *tolerance* besar, maka nilai dari VIF nya kecil, dan sebaliknya. Nilai dari VIF tidak boleh lebih besar dari 5 (lima), jika lebih dari 5 (lima) maka dikatakan ada gejala dari *multicollinearity*. Dan sebaliknya, jika nilai VIF ini lebih kecil dari 5 (lima) maka tidak adanya gejala dari *Multicollinearity*. Sebaliknya dengan nilai *tolerancenya* (Syairozi, 2016).

c. Uji *Heteroscedasticity*

Heteroskedastisitas ini akan terjadi jika varian dari variabel pengganggu tidak sama dalam semua observasi, yang mengakibatkan timbulnya heteroskedastisitas adalah penaksir tidak berprasangka namun tidak peduli lagi dengan sampel besar maupun sampel kecil secara efisien, serta uji t-test dan f-test akan menyebabkan kesimpulan



### 3.9.2 Uji Simultan (uji $F_{test}$ )

Dalam melakukan ujian dalam uji F ini ditujukan untuk mengetahui seberapa jauh dari semua variabel  $X_1, 2, 3, \dots$  (independent) secara Bersama-sama yang berpengaruh terhadap variabel Y (dependen) (Syairozi, 2016). Langkah dalam pengujiannya ini berupa:

1. Penentuan dalam menentukan F tabel

Dalam menentukan F tabel, perlu adanya penggunaan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan  $df_1 = (k - 1)$  dan  $df_2 = (n - k)$

2. Pengambilan keputusan

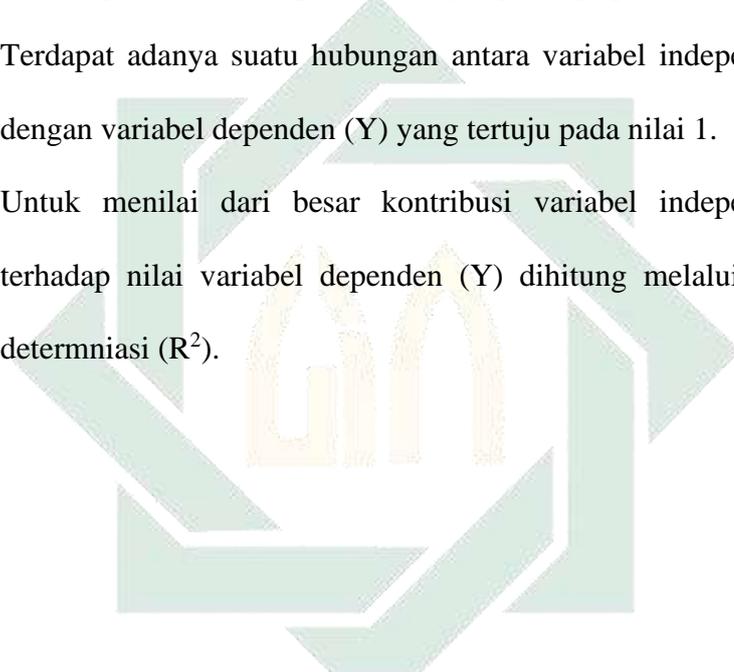
Jika  $H_0$  ditolak pada  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dalam variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika  $H_0$  diterima pada  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka terdapat terdapat pengaruh yang signifikan dalam variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.9.3 Uji Adjusted $R^2$ (koefisien determinasi)

Tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independent tertuju pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Syairozi, 2016).

Ciri-ciri pada nilai  $R^2$  adalah:

1. 0 sampai dengan 1, atau ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) merupakan besarnya nilai koefisien determinasi
2. Tidak terdapat adanya suatu hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y) yang tertuju pada nilai 0.
3. Terdapat adanya suatu hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y) yang tertuju pada nilai 1.
4. Untuk menilai dari besar kontribusi variabel independent (X) terhadap nilai variabel dependen (Y) dihitung melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Gambaran Singkat Subyek dan Obyek Penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia**

Kehadiran Bank Syariah Indonesia ini menimbulkan dampak positif bagi seluruh masyarakat di Indonesia yang sangat hebat dari segi kehidupan dan juga dunia usaha. Sejak bergabungnya Bank-bank BUMN yang syariah ini yang menjadi Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat menjadi Bank Syariah Indonesia, membuat masyarakat lebih mudah membedakan antara Bank yang Konvensional dan Syariah. Terlepas dari perbedaan hukum dan akad yang dilakukan dalam penerapan suatu Bank ini, akan menjadi suatu hal yang sangat bagus demi memperkuat ekosistem ekonomi yang ada di Indonesia. Dengan adanya industri perbankan yang syariah ini, dengan harapan untuk masyarakat agar lebih mengenal lebih dekat mengenai tentang Bank-bank Syariah yang ada di Indonesia seperti contoh Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan Bank Syariah Indonesia.

Bank Syariah terbesar di Indonesia ini mulai didirikan pada tanggal 1 Februari tahun 2021. Dengan harapan dapat mendorong perekonomian dalam energi baru dalam pembangunan ekonomi. Disaat yang sama, pemerintah telah melakukan merger terhadap empat Bank BUMN yang bertaraf syariah seperti Bank Rakyat Indonesia Syariah, Mandiri

Syariah dan Bank Negara Indonesia Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Perkembangan Bank Syariah Indonesia di Indonesia sangat berpotensi untuk menjadi bagian dari kelompok bank-bank syariah di tingkat dunia sangat terbuka. Dalam pertumbuhan yang positif ini, dukungan serta kinerja di iklim pemerintahan Indonesia menjadikan lahirnya ekosistem pada industri yang halal. Apalagi Indonesia menjadikan negara dengan agama terbesar di dunia.

Kehadiran Bank Syariah Indonesia ini menjadikan peran penting dalam menjalani seluruh aktivitas ekonomi di sektor industri halal dengan harapan mewujudkan harapan bangsa. Salah satu visi misi dari Bank Syariah Indonesia ini yaitu menjadikan perusahaan yang diutamakan dalam kebanggaan untuk talenta terbaik Indonesia, serta nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

Dengan pengambilan sampel yang sudah dilakukan oleh peneliti ini, maka akan diteliti lebih lanjut mengenai hasil dari sampel yang sudah diteliti dari masing-masing Bank Syariah Indonesia yang sudah diberi. Ada yang dari Bank Syariah Indonesia di KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr,













Tabunganku, kemudian ada produk Bank Syariah Indonesia Tabungan Haji dengan persentase sebanyak 20% dari 100 orang yang mempunyai selain produk Bank Syariah Indonesia Tabunganku, kemudian ada pemilihan tabungan yang lain dengan persentase sebanyak 23% dari 100 orang yang mempunyai selain produk Bank Syariah Indonesia Tabunganku, kemudian ada juga responden yang hanya mempunyai Bank Syariah Indonesia Tabunganku dengan persentase 50% dari 100 orang yang mempunyai produk Bank Syariah Indonesia Tabunganku.

### **4.3. Deskripsi Variabel Penelitian**

#### **4.3.1 Variabel bebas**

Variabel bebas ini dapat disebut juga dengan variabel independent (X), karena variabel ini merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab adanya variabel terikat (dependen). Maka dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel bebas adalah kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2). Dalam penelitian yang sudah diteliti di tiap masing-masing Bank Syariah Indonesia yang sudah disebar di beberapa wilayah Surabaya seperti di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut. Masing-masing dari sampel ini sudah hitung berdasarkan angka yang sudah ditetapkan dengan masing-masing tempat berjumlah 10 sampel dan Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa berjumlah 50 sampel. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	X1
	KODE					
	5	4	3	2	1	N
<b>Kinerja (Performance)</b>						
Kinerja produk di BSI SURABAYA mempunyai keuntungan yang baik terhadap nasabahnya	33	56	8	1	2	100
<b>Estetika</b>						
Karyawan BSI SURABAYA selalu cepat dalam mengatasi permasalahan dalam produk yang digunakan oleh nasabah	37	47	15	1	0	100
<b>Kehandalan (Reability)</b>						
Produk tabungan BSI Tabunganku di BSI SURABAYA terhindar dari riba dan sesuai dengan akad syariah	59	32	7	2	0	100
<b>Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to specifications)</b>						
Nasabah selalu menceritakan keunggulan pada produk tabungan BSI Tabunganku BSI SURABAYA	24	44	19	6	7	100
<b>Kemampuan Pelayanan (Serviceability)</b>						
Produk tabungan BSI Tabunganku pada BSI SURABAYA memiliki keunggulan	44	45	10	0	1	100
<b>Kemampuan Pelayanan (Serviceability)</b>						
Produk tabungan BSI Tabunganku di BSI SURABAYA terjamin dalam keamanannya	40	38	17	4	1	100
<b>Estetika</b>						
Produk tabungan BSI Tabunganku di BSI SURABAYA menjadikan produk yang menarik dan beragam	35	52	12	1	0	100
<b>TOTAL</b>						

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil dari 100 responden dengan kuesioner yang sudah dibagikan mengenai indikator kualitas produk (X1) kinerja, estetika, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan kemampuan pelayanan diperoleh sebagai berikut:

1. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kinerja (*performance*) diperoleh bahwa 33 responden dengan memilih sangat setuju, 21 responden memilih setuju, responden sejumlah 8 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 2 responden yang memilih.
2. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator estetika diperoleh bahwa 37 responden dengan memilih sangat setuju, 47 responden memilih setuju, responden sejumlah 15 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
3. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kehandalan (*reliability*) diperoleh bahwa 59 responden dengan memilih sangat setuju, 32 responden memilih setuju, responden sejumlah 7 memilih kurang setuju, dan 2 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
4. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) diperoleh bahwa 24 responden dengan memilih sangat setuju, 44 responden memilih setuju, responden sejumlah 19 memilih kurang setuju, dan 6 responden

memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju yang dipilih sebanyak 7 responden.

5. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kemampuan layanan (*Serviceability*) diperoleh bahwa 44 responden dengan memilih sangat setuju, 45 responden memilih setuju, responden sejumlah 10 memilih kurang setuju, dan 0 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 1 responden yang memilih.
6. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kemampuan layanan (*Serviceability*) diperoleh bahwa 40 responden dengan memilih sangat setuju, 38 responden memilih setuju, responden sejumlah 17 memilih kurang setuju, dan 4 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 1 responden yang memilih.
7. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator estetika diperoleh bahwa 35 responden dengan memilih sangat setuju, 52 responden memilih setuju, responden sejumlah 12 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 4. 8 Variabel Kualitas Layanan (X2)

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	X2
	KODE					
	5	4	3	2	1	N
<b>Kepatuhan (Compliance)</b>						
Kinerja Karyawan di BSI SURABAYA memiliki pelayanan yang baik sesuai dengan hukum dan prinsip syariah yang berlaku	54	40	5	1	0	100
<b>Jaminan (Assurance)</b>						
Kemampuan pada pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan nasabah dalam menabung	31	43	18	6	2	100
<b>Kehandalan (Reliability)</b>						
Karyawan di BSI SURABAYA mampu menanamkan kepercayaannya kepada nasabah	57	36	5	2	0	100
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>						
Karyawan di BSI SURABAYA mempunyai jam operasional yang sesuai untuk semua nasabah	54	38	8	0	0	100
<b>Empati (Emphaty)</b>						
Karyawan di BSI SURABAYA selalu berpenampilan rapi dan sopan	34	38	15	11	2	100
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>						
Karyawan di BSI SURABAYA selalu dapat berkomunikasi dengan baik dengan segala keluhan nasabah	25	43	15	10	7	100
<b>Kehandalan (Reliability)</b>						
BSI SURABAYA mempunyai segala aspek keamanan dan layanan yang jelas dengan nasabah	41	49	9	1	0	100
<b>TOTAL</b>						

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil dari tiap masing-masing sampel yang sudah disebar oleh peneliti pada masing-masing Bank Syariah Indonesia di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut sejumlah 100 responden dengan kuesioner yang sudah dibagikan mengenai indikator kualitas layanan (X2) kepatuhan, Jaminan, kehandalan, bukti fisik, empati dan daya tanggap diperoleh sebagai berikut:

1. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kepatuhan (compliance) diperoleh bahwa 54 responden dengan memilih sangat setuju, 40 responden memilih setuju, responden sejumlah 5 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
2. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator jaminan (assurance) diperoleh bahwa 31 responden dengan memilih sangat setuju, 43 responden memilih setuju, responden sejumlah 18 memilih kurang setuju, dan 6 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 2 responden.
3. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kehandalan (reliability) diperoleh bahwa 57 responden dengan memilih sangat setuju, 36 responden memilih setuju, responden sejumlah 5 memilih

kurang setuju, dan 2 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.

4. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator Bukti Fisik (Tangible) diperoleh bahwa 54 responden dengan memilih sangat setuju, 38 responden memilih setuju, responden sejumlah 8 memilih kurang setuju, dan 0 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
5. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator empati (emphaty) diperoleh bahwa 34 responden dengan memilih sangat setuju, 38 responden memilih setuju, responden sejumlah 15 memilih kurang setuju, dan 11 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 2 responden.
6. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator daya tanggap (Responsiveness) diperoleh bahwa 25 responden dengan memilih sangat setuju, 43 responden memilih setuju, responden sejumlah 15 memilih kurang setuju, dan 10 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 7 responden.
7. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kehandalan (reliability) diperoleh bahwa 41 responden dengan memilih sangat setuju, 49 responden memilih setuju, responden sejumlah 9 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.

#### 4.3.2 Variabel Terikat

Variabel terikat bisa disebut juga dengan variabel dependen (Y), variabel ini merupakan bentuk hasil dari variabel bebas. Dan variabel ini juga dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Maka kedua variabel ini saling memengaruhi satu sama lainnya. Pada penelitian ini yang digunakan untuk variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y). Dengan masing-masing sampel yang sudah disebar oleh peneliti di tiap masing-masing Bank Syariah Indonesia daerah Surabaya di Bank Syariah Indonesia di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut. Dengan masing-masing sampel yang berjumlah 10 dan 50 sampel yang berasal dari Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa. Maka dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Tabel 4. 9 Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Y
	KODE					
	5	4	3	2	1	N
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>						
Peralatan dan teknologi di BSI SURABAYA sangat lengkap dan memadai sehingga membuat nasabah nyaman dalam menabung	24	44	15	10	7	100
<b>Kehandalan (Reliability)</b>						
BSI SURABAYA punya pengalaman yang baik dalam hal melayani nasabah	40	50	9	1	0	100
<b>Jaminan (Assurance)</b>						
Nasabah sangat bangga menabung di BSI SURABAYA karena produk dan pelayanannya yang baik dan professional	45	46	8	1	0	100
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>						
BSI SURABAYA salah satu perbankan syariah terbaik dalam ketepatan pelayanan administrasinya	41	45	11	3	0	100
<b>Empati (Empathy)</b>						
Nasabah merasa puas dengan pelayanan di BSI SURABAYA	50	40	7	2	1	100
<b>Empati (Empathy)</b>						
Fitur dari produk tabungan BSI Tabunganku di BSI SURABAYA sangat mudah untuk dipahami dan nasabah mempunyai rasa aman dengan karyawan ketika ingin menabung	38	48	13	1	0	100
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>						
Nasabah tidak pernah mengeluh tentang pelayanan di BSI SURABAYA	35	36	21	5	3	100
<b>TOTAL</b>						

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil dari 100 responden dengan kuesioner yang sudah dibagikan mengenai indikator Kepuasan Nasabah (Y) bukti fisik, kehandalan, Jaminan, empati dan daya tanggap diperoleh sebagai berikut:

1. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator bukti fisik (*tangible*) diperoleh bahwa 24 responden dengan memilih sangat setuju, 44 responden memilih setuju, responden sejumlah 15 memilih kurang setuju, dan 10 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 7 responden.
2. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator kehandalan (*reliability*) diperoleh bahwa 40 responden dengan memilih sangat setuju, 50 responden memilih setuju, responden sejumlah 9 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
3. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator jaminan (*assurance*) diperoleh bahwa 45 responden dengan memilih sangat setuju, 46 responden memilih setuju, responden sejumlah 8 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
4. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh bahwa 41 responden dengan memilih sangat setuju, 45 responden memilih setuju, responden sejumlah 11 memilih

kurang setuju, dan 3 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.

5. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator empati (*emphaty*) diperoleh bahwa 50 responden dengan memilih sangat setuju, 40 responden memilih setuju, responden sejumlah 7 memilih kurang setuju, dan 2 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 1 responden.
6. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator empati (*emphaty*) diperoleh bahwa 38 responden dengan memilih sangat setuju, 48 responden memilih setuju, responden sejumlah 13 memilih kurang setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 0 responden.
7. Pada pernyataan kolom pertama dengan indikator daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh bahwa 35 responden dengan memilih sangat setuju, 36 responden memilih setuju, responden sejumlah 21 memilih kurang setuju, dan 5 responden memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju 3 responden.

#### **4.4. Analisis Data**

##### **4.4.1 Uji Validitas**

Analisis yang dipakai dalam mengukur fungsi ukurnya atau benarnya dalam seberapa cermat dalam suatu test yang dapat menguji variable yang diukur uji validitasnya digunakan dalam valid atau tidaknya pada saat kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila





















menggunakan metode uji regresi linier berganda dengan hasil uji f dan uji t yang sudah dibahas di bab sebelumnya.

Sampel ini berjumlah 100 dari beberapa bagian data yang sudah diberi seperti jenis kelamin, pekerjaan, umur, lama menjadi nasabah, dan produk tabungan pada sampel yang sudah disebar di berbagai wilayah Surabaya seperti di Bank Syariah Indonesia KC. Surabaya Dharmawangsa, KC. Surabaya Jemur Handayani, KC. Surabaya Darmo, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Diponegoro, Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Merr, dan Bank Syariah Indonesia KCP. Surabaya Rungkut.

#### 4.8.1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya

Dari hasil yang sudah diteliti, dapat ditunjukkan bahwa adanya pengaruh positif pada variabel kualitas produk (X1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Dapat dipastikan bahwa kesimpulan dari kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu diperhitungkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

Arti dari sebuah kualitas produk menurut dari Kotler dan Armstrong yaitu kemampuan dari produk dalam melihat dari suatu fungsi dari kualitas produk tersebut. Hal ini termasuk keseluruhan dari kehandalan, ketepatan, daya tahan, kemudahan dalam

pengoperasiannya dan reparasi dari suatu produk serta atribut produk lainnya.

Dalam memberikan produk yang baik menjadikan sebuah keberhasilan pada Bank Syariah Indonesia. Pada hal ini dapat membantu Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan produknya untuk menjadikan kepuasan bagi nasabah atas dasar kemampuan dari produk yang telah dihasilkan.

Dapat dilihat dari nilai signifikansi T hitung dari variabel X1 (kualitas produk) senilai  $3,521 > T$  Tabel senilai 1,984. Dari hasil yang sudah dijelaskan bahwa dari kemampuan kualitas dari produk akan sangat berpengaruh bagi kepuasan nasabah secara parsial di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

#### 4.8.2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya

Dari hasil yang sudah diteliti, dapat ditunjukkan bahwa adanya pengaruh positif pada variabel kualitas layanan (X2) secara parsial terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Dapat dipastikan bahwa kesimpulan dari kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu diperhitungkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

Utami menjelaskan bahwa kualitas Pelayanan adalah perspektif dari konsumen dalam jangka panjang dan evaluasi pertimbangan atas penawaran yang telah dilayani dalam suatu peristiwa.

Menurut Lewis dan Booms yang didefinisikan tjiptono bahwa kualitas layanan diberikan seberapa bagus tingkatan yang sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Lupioyadi menjelaskan juga bahwa kualitas layanan adalah sesuatu hal yang menyeluruh dari tingkat ciri-ciri dan karakteristik dalam suatu kemampuan yang dihasilkan seperti produk maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan

Dalam memberikan pelayanan yang baik menjadikan sebuah keberhasilan pada Bank Syariah Indonesia. Pada hal ini dapat membantu Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan pelayanannya untuk menjadikan kepuasan bagi nasabah atas dasar kemampuan dari pelayanan yang telah dihasilkan. Hasil yang didapat akan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberi.

Dapat dilihat dari nilai signifikansi T hitung dari variabel X2 (kualitas layanan) senilai  $9,515 > T$  Tabel senilai 1,984. Dari hasil yang sudah dijelaskan bahwa dari kemampuan kualitas dari layanan akan sangat berpengaruh bagi kepuasan nasabah secara parsial di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

#### 4.8.3. Pengaruh kualitas produk dan layanan secara bersamaan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya

Dari hasil yang sudah diteliti, dapat ditunjukkan bahwa adanya pengaruh positif pada variabel kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) secara parsial terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Dapat dipastikan bahwa kesimpulan dari kualitas produk dan layanan merupakan suatu hal yang perlu diperhitungkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

Dalam hal ini pentingnya pada kualitas produk dan layanan secara bersamaan di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya terhadap kepuasan nasabah, karena hasil positif yang diraih pada kualitas produk dan layanan ini berpengaruh baik pada peningkatan terhadap kepuasan nasabah. Maka pentingnya variabel ini untuk diperhatikan dalam menimbulkan hal baik bagi nasabah. Jika kualitas dari produk dan layanan ini naik, maka kepuasan dari nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya akan ikut naik.

Dapat dilihat dari nilai signifikansi F Hitung dari variabel X1 (kualitas produk) dan X2 (kualitas layanan) senilai  $90,639 > F$  Tabel senilai 3,09. Dari hasil yang sudah dijelaskan bahwa dari kemampuan kualitas dari layanan akan sangat berpengaruh bagi kepuasan nasabah secara parsial di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Analisis kuantitatif ini dilakukan dengan melakukan penelitian pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

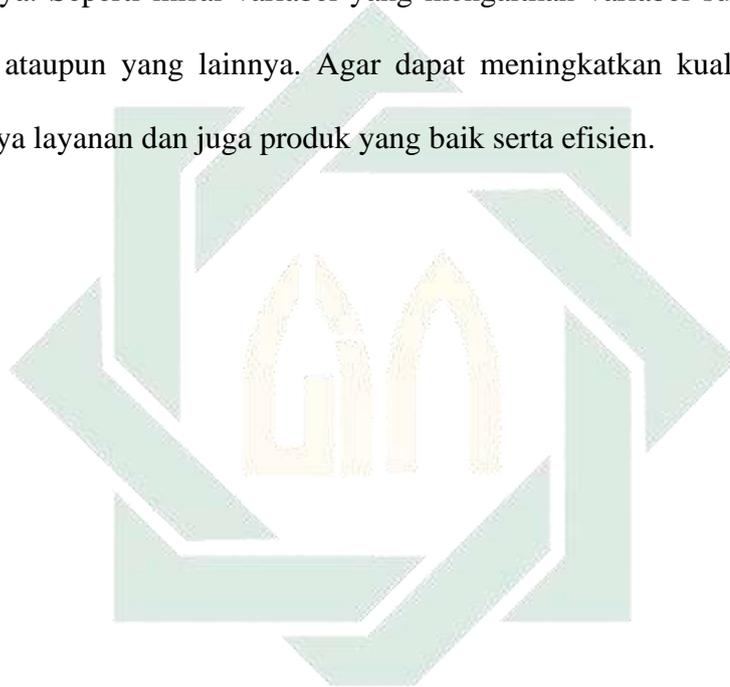
1. Adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kualitas produk (X1) dan layanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)
2. Adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk (X1) dan layanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### **5.2. Saran**

Dari hasil yang sudah dipaparkan melalui penelitian yang sudah dibahas, maka dapat disimpulkan serta keterbatasan dalam meneliti yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Dari hasil temuan yang sudah peneliti lakukan dapat dijelaskan bahwa adanya hubungan yang positif antara kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan nasabah dari masing-masing tempat Bank Syariah Indonesia yang sudah dibagikan oleh peneliti di Surabaya. Maka dari itu pihak dari masing-masing bank di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya harus menjaga atas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dari nasabah terhadap kualitas produk dan layanan yang diberi.

2. Dalam mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Region Surabaya, maka disarankan memasukkan variabel lainnya dalam penelitian selanjutnya. Seperti misal variabel yang mengaitkan variabel sumber daya manusia ataupun yang lainnya. Agar dapat meningkatkan kualitas dalam terciptanya layanan dan juga produk yang baik serta efisien.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda BR Tarigan, E. (2018). Tanda Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank XXXX Di Medan. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Amstrong, P., & Kotler. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran* / (Y. Sumiharti (ed.); Edisi 3 Ji). Erlangga.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank ( The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction )*. 01(02), 133–140.
- Arikunto. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.
- Firmansyah, M. R. (2016). *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya*.
- Fitria. (2013). Sugiyono, 2017:60. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- ida fitriani. (2018). Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2018 M / 1439 H. *Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Dan Pelayanan Bank Syariah Di Kota Metro*, 103.
- Kamila, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). *Advanced Drug Delivery Reviews*, 135(January 2006), 989–1011.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank* (Revisi). Kencana.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 j). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12).
- Kurniawansyah, S., Suryanto, T., & Noviarita, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Umum Syariah di Provinsi Lampung. *Islamic Economics Journal*, 6(2), 193. <https://doi.org/10.21111/iej.v6i2.4732>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Monica, I., Mukuan, D., & Tamengkan, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>

- Nugroho, D. S., & Saryanti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 151–163.
- Nurhidayati, M., & Cahyani, N. K. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 146–157. <https://doi.org/10.21154/etihad.v1i2.3527>
- Othman, & Owen. (2002). *The Multi Dimensionality of Carter Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: a Study in Kuwait Finance House*. 3.
- Saputera, A. R. A. (2021). Dilematika Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah dan Refleksi Hukum Islam Bagi Non Muslim yang Bersengketa. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 2(April 2021), 173–183.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Supranto, & Lima Krisna, N. (2013). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*.
- Syairozi, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang*. III(2), 2016.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. CV. Andi Offset.
- Zamrodah, Y. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. 15(2), 1–23.