

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAPE**



**Oleh:**

**Fitrah Nurinsani**  
**NIM 190502179**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
MATARAM  
2023/2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAPE**

Skripsi

**Diajukan kepada Universitas Agama Islam Negeri Mataram untuk  
melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**Fitrah Nurinsani**  
**NIM 190502179**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
MATARAM  
2023/2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skrripsi oleh Fitrah Nurinsani, NIM 190502179 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sape" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 11 September 2023.



NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 11 September 2023

Hal: Ujian Skripsi

**Yang Terhormat**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**di Mataram**

*Assalamu 'alaikum, Wr, Wb.*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa/i : Fitriah Nurissani  
NIM : 190502179  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

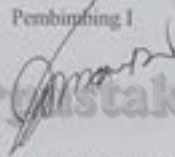
Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munawazarah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munawazarah-kan*.


*Wassalamu 'alaikum, Wr, Wb.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Mudihun, M.Ag  
NIP.197412312001121005

  
Fatma Sifastrini, M.M.  
NIP.198910162019032008

Pertastakaan UIN Mataram

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitrah Nurinsani  
NIM : 190502179  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Gadaai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sape", ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti plagiat tulisan/karya orang lain, saya siap menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh lembaga.

Mataram, 14 September 2025

Saya yang menyatakan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM

Fitrah Nurinsani

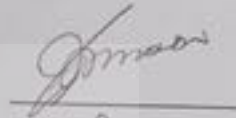
Perpustakaan UIN Mataram

## PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

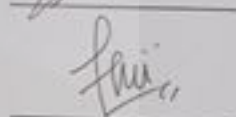
Skripsi oleh Fitriah Nurinsani, NIM 190502179 dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sape", telah di pertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 4 Oktober 2023

### Dewan Penguji

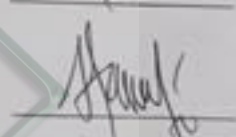
Dr. H. Muslihun, M.Ag  
Ketua Sidang Pemb.I



Fatana Suastrini, M.M  
Sekertaris Sidang Pemb.II



DR. Hj. Zulpawati, M.A  
Penguji I



Muhammad Holany Raza, M.M  
Penguji II



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perpustakaan UIN Mataram



Prof. Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag  
NIP. 19711102002121001

## MOTO

**“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”.**  
**(HR Umar bin khatab).**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## PERSEMBAHAN

*“Kupersembahkan kepada Kedua Orang Tua ku ( Bpk Zainul dan Ibu Nurjanah ) tercinta atas dukungan dan pengorbananya sungguh cinta kasih yang tulus, Do 'a serta kasih sayangnya tak akan pernah ananda lupakann Untuk seluruh keluarga q, dan saudara ku ( Tarmiji, S.Pt, Azhar Anas S.P dan Ahyar) terimakasih do 'a dan dukunganya. Dan tidak lupa pula kepada teman-temanku yang selalu mendukung di setiap kelancaran Skripsi ini serta almamater tercinta UIN Mataram.”*



Perpustakaan UIN Mataram



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sape”, shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu kita nantikan pada akhir zaman.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar sarjana S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram, Jurusan Perbankan Syariah. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materil.

1. Dr. H. Muslihun, M.Ag sebagai dosen pembimbing I dan Fatana Suastrini, M.M sebagai dosen pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi dan koreksi mendetail terus menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai.
2. Dr. Sanurdi M.Si sebagai ketua jurusan Perbankan Syariah
3. Dr. Riduan Mas'ud M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Prof. Dr. Masnun M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penyusunan ini. Sehingga penulis

menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, Amin Ya Rabbal'Alamin....

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Mataram,  
Penulis



Fitrah Nurinsani

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	vii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	viii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. Devinisi Operasional.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Kualitas Pelayanan.....	11
a. Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang kualitas pelayanan.....	11
b. Prinsip kualitas pelayanan.....	12
c. Indikator kualitas pelayanan.....	13
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	14
2. Kualitas Produk.....	15
a. Pengertian kualitas produk.....	15
b. Dimensi kualitas produk .....	16
3. Kepuasan Pelanggan.....	16

a. Pengertian Kepuasan pelanggan .....	16
b. Pengukuran Kepuasan pelanggan .....	16
c. Faktor-Faktor Kepuasan .....	18
B. Penelitian terdahulu .....	19
C. Kerangka berpikir .....	23
D. Hipotesis penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
A. Pendekatan dan jenis penelitian .....	25
B. Populasi dan Sampel .....	25
1. Populasi .....	25
2. Sampel .....	26
C. Waktu dan tempat penelitian .....	26
D. Variabel penelitian .....	27
E. Desain penelitian .....	27
F. Instrumen Penelitian .....	27
G. Teknik pengumpulan data .....	28
1. Observasi .....	28
2. Angket (Kuesioner) .....	28
3. Dokumentasi .....	29
H. Teknik analisis data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>34</b>
A. Gambar Umum Lokasi Penelitian .....	34
1. Sejarah BSI KCP Sape .....	34
2. Letak Geografis .....	35
3. Kondisi Fisik .....	36
4. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Sape .....	36
5. Struktur Organisasi, Nama-Nama Pejabat dan Pegawai ...	37
B. Hasil Penelitian .....	37
C. Pembahasan .....	51
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran –saran .....	28
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAPE**

**Oleh:**

**Fitrah Nurinsani**  
**NIM 190502179**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel yang digunakan, yaitu 91 responden dari nasabah Bank syariah Indonesia Kcp Sape. Untuk pengujian data menggunakan SPSS 22, dengan metode analisis menggunakan metode berupa uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji heterokdestisitas, uji multikolinearitas, uji hipotesis dengan model regresi linear berganda, uji t dan uji f, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t dengan taraf kesalahan 5% menunjukkan nilai signifikan untuk kualitas pelayanan  $0,007 < 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah, begitu juga dengan kualitas produk gadai emas (X2)  $0,003 < 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah (Y). Untuk uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil R Square yaitu sebesar 0,474 yang berarti bahwa 47.4% untuk pengaruh variabel kualitas pelayanan, dan kualitas produk gadai emas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor perbankan sangat penting bagi perekonomian di masa globalisasi ini, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Persaingan sektor jasa masih sengit dan intens karena ekspansi ekonomi yang sedang berlangsung. Produser harus mengembangkan karya original dan kreatif yang memajukan persyaratan pelanggan untuk memastikan bahwa konsumen tidak tertinggal. Untuk meningkatkan nilai industri di mata kliennya, salah satu cara sektor ini memenangkan persaingan adalah dengan menawarkan layanan terbaik dan termmodern. Salah satu lembaga yang benar-benar memberikan pelayanan kepada nasabah adalah lembaga keuangan yang selalu perlu dilakukan karena kebutuhan nasabah yang selalu berubah dan berkembang..

Penerapan pembangunan secara aktif menuntut perbankan sebagai salah satu lembaga ekonomi. Industri dapat memenuhi persyaratan warga negara yang berbeda melalui kegiatan ekonomi, apakah kebutuhan itu untuk produk atau layanan. Industri perbankan saat ini berkembang dengan kemajuan yang cukup signifikan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi kekuatan bagi bank sebagai akibat pesatnya perkembangan dan ekspansi industri perbankan agar mampu melindungi bisnisnya, terutama dari serangan rival yang semakin gesit dan akut. Dengan persaingan yang terus meningkat, memiliki sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi sangat penting untuk mencapai tujuan industri. Memiliki sumber energi yang andal dapat membantu menggunakan kemajuan teknis untuk bersaing di pasar dan melindungi kelangsungan hidup industri.<sup>1</sup>

Bank adalah badan usaha yang menghimpun data dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan Perbankan Syariah adalah

---

<sup>1</sup> Jamaludin, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Sipin Kota Jambi". Skripsi, UIN Sulthan Thaha, 2019.

segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup>

Masyarakat semakin pilih-pilih lembaga keuangan mana yang mereka gunakan untuk melakukan transaksi keuangan di era globalisasi ini. Melihat kenyataan ini, lembaga keuangan harus terus berinovasi dalam barangnya dan mampu menawarkan layanan terbaik yang dapat memuaskan keinginan dan keinginan klien. Pelanggan dengan cepat berhenti menggunakan barang dan jasa yang tidak memenuhi standar mereka, dan akhirnya beralih ke bisnis atau lembaga keuangan lain. Tentu saja, bisnis akan mengutamakan harga yang tepat, kualitas layanan yang baik, dan kualitas produk yang terhormat yang berorientasi pada layanan dan mengutamakan kepuasan pelanggan untuk memperhitungkan hal ini.

Bank Syariah Indonesia Cabang Sape merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia saah satu bank yang berhasil dalam mencapai keyakinan masyarakat. Namun, salah satu yang harus diwaspadai dalam meningkatkan keprofesionalan Bank Syariah Indonesia KCP Sape ialah dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah. Nasabah dalam hal ini merupakan para konsumen yang melakukan gadai emas. Kualitas pelayanan dan kualtas produk adalah aspek yang selama ini mempengaruhi kepuasan nasabah secara universal, serta jadi aspek utama dalam kepuasan nasabah industry perbankan.<sup>3</sup>

Menurut Azwar kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkatan pelayanan yang diharapkan. Dimana mutu pelayanan yang diberikan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap nasabah, makin baik pula mutu pelayanan perbankan.<sup>4</sup> Kualitas produk menurut Kotler dan

---

<sup>2</sup> UU 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, [http://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU\\_No\\_21\\_Tahun\\_2008](http://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008), di akses tanggal 23 juli 2023.

<sup>3</sup>J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pansa Pasar Cet. III*, (Jakarta: RinekaCipta, 2006), hlm. 237.

<sup>4</sup>Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Jawa Timur: Duta Media, 2020), hlm.30.

Keller yang dikutip Yetty Husnul yaitu kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.<sup>5</sup> Konsumen akan membeli barang jika mereka tertarik dan percaya barang tersebut cocok, oleh karena itu keberhasilan pemasaran produk mengharuskan produk disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pengembangan produk lebih baik disesuaikan dengan permintaan pasar atau preferensi konsumen. Tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dibandingkan dengan tingkat pelayanan yang diantisipasi dikenal dengan kualitas pelayanan (*expected service*).

Bank akan mengandalkan pegawainya sebagai sumber tenaga untuk dapat menjalankan kegiatan operasional industri secara efektif guna mencapai tujuannya. Sumber energi manusia memiliki peran yang lebih besar daripada sumber energi lainnya karena dari situlah ide, penemuan, dan keputusan berasal, yang berdampak besar pada bagaimana industri bergerak maju dalam mencapai tujuannya. Apakah suatu layanan dibuat sebagai produk inti atau secara keseluruhan, itu selalu menjadi bagian dari setiap produk.

Saat ini, masih ada pertumbuhan dan peningkatan fokus pada kepuasan pelanggan. Industri harus mampu memuaskan kliennya agar dapat menang dalam persaingan. Kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dilakukan setelah pembelian di mana opsi yang dipilih setidaknya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan; jika tidak, ketidakpuasan berkembang ketika konsekuensi (hasil) jauh dari harapan.<sup>6</sup> Bagi penulis, kualitas layanan dianggap dapat diterima dan memuaskan jika memenuhi harapan mereka. Pelanggan menganggap kualitas layanan tanpa cacat jika memenuhi atau melampaui harapan mereka. Sebaliknya, jika tingkat pelayanan turun di bawah yang diharapkan, dikatakan tingkat pelayanan di bawah standar. Temuan penentuan tingkat kepuasan pelanggan mungkin mengungkapkan fitur atau aspek apa dari item layanan yang mengganggu klien. Tujuan

---

<sup>5</sup> Yetty Husnul Hayati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo". *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, Vol. 1 No 1, 2015, hlm. 50.

<sup>6</sup> Tjiptono Fandi, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 182



mengevaluasi kepuasan pelanggan adalah untuk dengan cepat mengidentifikasi masalah yang menyebabkan ketidakpuasan untuk mengatasinya sebelum konsumen menjadi tidak puas. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *Rater* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap).<sup>7</sup>

Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas barang atau jasa, tetapi juga dipengaruhi oleh seberapa baik kinerja personel. Evaluasi kinerja karyawan adalah proses menilai hasil kerja yang akan digunakan oleh manajemen untuk memberikan informasi kepada karyawan tertentu tentang kualitas pekerjaannya dilihat dari perspektif kepentingan industri. Evaluasi kinerja karyawan tidak kalah pentingnya dengan jenis evaluasi kinerja lainnya. Suatu proses evaluasi yang terorganisasi bertujuan untuk menjaga pengejaran industri terhadap tujuannya. Karyawan cenderung tidak melakukan penyimpangan ketika tinjauan kinerja mereka secara objektif adil dan didokumentasikan secara menyeluruh, dan sebagai hasilnya, mereka lebih mungkin untuk meningkat sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh industri mereka.

Setiap industri, terutama di sektor jasa, sangat bergantung pada posisi karyawannya untuk berhasil. Karyawan merupakan aspek integral dari layanan karena mereka memiliki kekuatan untuk mempengaruhi bagaimana pelanggan memandangnya. Karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus duta citra perusahaan kepada pelanggan. Agar industri menilai kaliber layanan karyawan, kinerja karyawan dipandu oleh tingkat layanan pelanggan yang ditawarkan. Berusaha memberikan layanan yang berkualitas dengan *service quality* yang dapat dilihat dari kinerja layanan yang ditawarkan yang luar biasa merupakan salah satu cara yang dapat mendorong keberhasilan dalam bisnis perbankan. Meskipun masalah layanan tidak terlalu menantang atau rumit, jika tidak ditangani dengan hati-hati,

---

<sup>7</sup>Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 241.

masalah tersebut dapat mengakibatkan hasil yang berbahaya karena sifatnya yang sangat sensitif.

Kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, dan etika atau tata krama harus mendukung sistem pelayanan. Di sisi lain, tujuan menawarkan jasa adalah untuk memuaskan klien atau pelanggan, sehingga dampaknya adalah dengan menambah nilai atau menumbuhkan persepsi positif terhadap sektor tersebut. Hal ini dimaksudkan agar sektor ini membaik, kepuasan konsumen akan mengikuti. Konsumen akan membandingkan layanan yang ditawarkan begitu mereka puas dengan barang yang mereka terima.<sup>8</sup> Bank harus memberikan pertimbangan yang cermat terhadap pelayanan sebagai perusahaan yang memberikan pelayanan. Baik perusahaan jasa maupun perusahaan dagang harus memasukkan penyediaan jasa dalam operasinya. Layanan ini adalah penawaran mandiri untuk penyedia layanan.

Pelayanan diberikan kepada nasabah untuk mencapai tujuan kepuasan sehingga nasabah memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi. Kemudian Zeithaml mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang erat diantara keseluruhan dimensi dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dari beberapa perusahaan, dimana konsumen biasanya menilai suatu kualitas pelayanan berdasarkan lima komponen, yaitu: bukti langsung, kendala, daya tanggap, jaminan, dan empati.<sup>9</sup>

Kepuasan nasabah merupakan salah satu perhatian utama dalam industri perbankan karena mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan. Konsumen yang kecewa kemungkinan besar tidak akan memilih layanan perbankan yang sama lagi, apalagi didukung oleh banyaknya alternatif yang ditawarkan oleh kompetitor, memaksa nasabah untuk melakukan berbagai perbandingan guna menentukan bank mana yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya.

Pembiayaan gadai emas syariah merupakan produk penyaluran dana dalam bentuk pinjaman berdasarkan prinsip *qard* dengan jaminan

---

<sup>8</sup>Eagle dan Miniard Paul, *Perilaku Nasabah*, Terjemahan ( Jakarta: Frasa Bumi Aksara, 2002), hlm. 93.

<sup>9</sup>Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 129.

barang berharga berupa emas sebagai jaminan uang nasabah. Emas yang dimaksud di tempatkan dalam pengusaan, dan pemeliharaan tersebut bank menggunakan *ujroh* (biaya sewa) dan bank memperoleh keuntungan dari biaya *ujroh* atas pemeliharaan emas yang diberikan oleh nasabah. Produk gadai emas banyak diminati di bank syariah indonesia yaitu produk pembiayaan, salah satunya produk pembiayaan gadai ems syariah (*Ar-Rahn*).<sup>10</sup>

Pada pelaksanaan gadai emas di bank syariah indonesia menggunakan akad *rahn*, *qard*, dan akad *ijarah*. Akad *rahn* adalah jenis perjanjian dalam hukum Islam di mana seseorang memberikan agunan atau jaminan untuk memperoleh pinjaman uang atau barang dari pihak lain. Agunan tersebut dapat berupa properti atau aset lainnya, dan jika peminjam tidak dapat mengembalikan pinjaman, pemberi pinjaman memiliki hak untuk menjual agunan tersebut untuk mendapatkan kembali jumlah pinjaman yang diberikan. Akad *qard* adalah perjanjian dalam hukum Islam di mana seseorang memberikan pinjaman uang kepada individu atau pihak lain tanpa meminta tambahan atau keuntungan dalam bentuk bunga atau *riba*. Ini adalah bentuk pinjaman yang bersifat murni, di mana peminjam hanya harus mengembalikan jumlah yang dipinjamkan tanpa tambahan biaya. Dan akad *ijarah* adalah perjanjian sewa atau kontrak dalam hukum Islam di mana seseorang atau entitas memberikan hak penggunaan atau manfaat dari suatu properti atau aset kepada pihak lain untuk jangka waktu tertentu. Pihak yang menyewakan akan menerima pembayaran sewa dari pihak yang menyewa. Ini mirip dengan konsep penyewaan atau *leasing* dalam hukum konvensional, namun tanpa unsur bunga atau *riba*.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Sape terlihat bahwa pelayanan yang di berikan BSI KCP Sape cepat hanya dengan membawa KTP elektronik dan emas yang ingin digadaikan pihak bank bisa langsung memprosesnya dan

---

<sup>10</sup> Riska Ayunda Putri, Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah ( Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta), Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, hlm. 2.

<sup>11</sup> Awaliyah Nur Utari, Implementasi Akad Syariah Dalam produk Mudharabah Di BNI Syariah Kota Makassar, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020, hlm. 5.

pelayanannya juga ramah membawa langsung memprosesnya serta penjelasannya kepada nasabah mengenai proses gadai emas mudah dipahami. Selain itu, emas yang dapat diterima oleh BSI KCP Sape yaitu emas dengan minimal 16 karat dengan berat emas minimal 1 gram. Besaran ujroh pada layanan gadai emas BSI KCP Sape adalah tergantung dari jumlah taksiran dan jumlah pinjaman yang di ambil oleh nasabah gadai emas itu sendiri. Kisaran ujroh pada BSI apabila jumlah pinjaman gadai emas dari 1.000.000 maka ujroh (biaya) titipan per 15 hari ialah 7.500 dan biaya titipan per 4 bulan ialah 60.000, jika jumlah pinjaman gadai emas dari 2.000.000 maka biaya titipan per 15 hari ialah 15.000 dan biaya titipan per 4 bulan 120.000. dan jika pinjaman dari 3.000.000 maka biaya titipan per 15 hari ialah 22.500 dan biaya titipan per 4 bulan ialah 180.000. Berikut lebih jelasnya terdapat pada tabel simulasi biaya gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Tabel 1.1  
Simulasi Biaya Gadai Emas

No	Pinjaman Gadai	Biaya Titipan Per 15 Hari	Biaya Titipan Per 4 Bulan
1	1.000.000	7.500	60.000
2	2.000.000	15.000	120.000
3	3.000.000	22.500	180.000
4	4.000.000	30.000	240.000
5	5.000.000	37.500	300.000
6	10.000.000	75.000	600.000
7	20.100.000	121.605	972.840
8	25.000.000	151.250	1.210.000
9	50.000.000	302.500	2.420.000

10	101.000.000	510.050	4.080.400
11	250.000.000	1.262.500	10.100.000

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan. Sehingga, menarik untuk dikaji bagaimana sebenarnya tingkat kualitas pelayanan terhadap nasabah pada suatu bank. Maka dalam kesempatan ini penulis mencoba menuangkannya dalam karya ilmiah dengan judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gadai Emas terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.**

## **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan untuk mempermudah pembahasannya dalam penelitian skripsi, penulis membatasi masalah yang akan di bahas sehingga pembahasan lebih jelas dan terarah. Adapun batasan masalah, yaitu berfokus pada variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gadai Emas terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Sape.

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sape?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sape?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sape?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

Tentu dalam penelitian ini memiliki tujuan dan adapun tujuan yang dimaksud dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Sape.
- b. Untuk menguji apakah kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Sape.

- c. Untuk menguji apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah di Pegadaian BSI KCP Sape.

2. Manfaat Penelitian

a. Perusahaan

- 1) Bagi Bank Syariah Indonesi KCP Sape, diharapkan hasil kajian dapat dijadikan pedoman untuk menciptakan kondisi yang lebih ideal bagi urgensi acuan dalam konteks pelayanan gadai emas.
- 2) Hasil kajian dapat dijadikan informasi atau referensi oleh pihak lain untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di Pegadaian BSI KCP Sape.

b. Bagi Peneliti

- 1) Diharapkan dengan hasil penelitian ini peneliti dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang akan membuka pola berpikir yang lebih luas mengenai disiplin ilmu yang ditekuni selama ini.
- 2) Peneliti dapat mengembangkan pengetahuan perbankan berbasis syariah dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di Pegadaian BSI KCP Sape.
- 3) Dengan penelitian ini peneliti dapat memberikan kontribusi dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dalam perusahaan.

c. Bagi Universitas

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan bagi mahasiswa yang ingin meneliti penelitian ini lebih lanjut baik dari disiplin ilmu yang sama maupun dari disiplin ilmu yang berbeda.

**D. Definisi Operasional**

Variabel	Devinisi operasional	Indikator
----------	----------------------	-----------

Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas Pelayanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan penghargaan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen. <sup>12</sup>	Keandalan Ketanggapan Jaminan dan kepastian Empati Berwujud
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. <sup>13</sup>	Fitur Keandalan Kemampuan Pelayanan Kesesuaian Spesifikasi
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan pula sebagai keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. <sup>14</sup>	Kualitas produk Harga Kualitas pelayanan Faktor emosional Biaya Kemudahan

<sup>12</sup>Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2008).

<sup>13</sup>Yetty Husnul Hayati, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo". *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, Vol. 1 No 1, 2015, hlm. 50.

<sup>14</sup>Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 90.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

- a. Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang kualitas pelayanan.

Produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan semuanya dipengaruhi oleh kualitas, yang merupakan situasi yang dinamis. Untuk menyeimbangkan harapan konsumen, pengertian kualitas pelayanan dapat dilihat sebagai usaha untuk memenuhi keinginan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya. Dengan membandingkan kesan konsumen terhadap layanan yang benar-benar mereka terima atau peroleh dengan layanan yang benar-benar mereka harapkan atau inginkan dibandingkan dengan kualitas layanan perusahaan, kualitas layanan dapat ditentukan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipandang sangat baik dan bermutu tinggi. Jika pelayanan yang diterima memenuhi atau melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dipandang baik dan memuaskan. Di sisi lain, jika tingkat pelayanan jatuh di bawah apa yang diantisipasi, dianggap berkualitas buruk.<sup>15</sup>

Kualitas pada dasarnya adalah sebuah konsep yang tergantung pada sudut pandang dari mana kualitas dan standar ditentukan. Intinya, ada tiga orientasi kualitas yaitu perspektif pelanggan, barang atau jasa, dan proses harus kompatibel satu sama lain. Ketiga orientasi ini seringkali berbeda satu sama lain untuk komoditi, tetapi tidak untuk jasa. Produk dan proses untuk layanan mungkin tidak mudah dibedakan; pada kenyataannya, proses itu sendiri adalah produknya.

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak ke pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan

---

<sup>15</sup>FandyTjiptono, *Strategi Pemasaran: EdisiPertama*. (Yogyakarta: Andi Ofset, 2007), hlm. 112.



tidak mengarah pada perolehan properti apa pun disebut sebagai layanan. Produksi mungkin terhubung ke satu produk fisik atau tidak. Layanan mengacu pada tindakan produsen untuk memuaskan permintaan dan preferensi pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Secara umum, standar pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan bisnis yang berulang lebih sering. Meskipun kata kualitas memiliki banyak definisi dan arti, orang yang berbeda akan mempersepsikannya secara berbeda, namun dari berbagai definisi yang dapat kita temukan, ia memiliki kesamaan tertentu meskipun hanya cara penyampaiannya yang paling sering mencakup aspek-aspek yang tercantum di bawah ini:<sup>16</sup>

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
  - 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
  - 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.
- b. Prinsip kualitas pelayanan

Perilaku pelayanan pegawai adalah setiap tindakan yang dilakukan oleh seseorang (seorang pekerja) dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan orang lain (tamu atau konsumen). Saat Anda menawarkan layanan terbaik, permintaan orang lain akan terpenuhi dengan senang hati. Kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi tuntutan dan preferensi pelanggan merupakan indikator kunci dari keahlian mereka. Berdasarkan komentar yang diberikan oleh pelanggan yang bertindak sebagai penerima layanan, kualitas layanan dinilai.

- c. Indikator kualitas pelayanan

Keputusan untuk mengevaluasi kualitas layanan terjadi pada saat layanan diberikan, dan kualitas layanan

---

<sup>16</sup> Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), Hlm. 120.

adalah kondisi dinamis yang terkait dengan layanan, orang, proses, dan lingkungan. Berikut ini, menurut Parasuraman, yang menjadi penanda kualitas pelayanan:

- 1) *Reliability*, keandalan atau kemampuan untuk memberikan layanan yang diberikan secara akurat dan dapat diandalkan. Ini menunjukkan, secara umum, bahwa perusahaan membuat janji mengenai pasokan, penyelesaian masalah, dan biaya.
- 2) *Assurance*, kemampuan karyawan yang dapat dipercaya dan membangkitkan rasa percaya diri, serta tingkat pengetahuan dan kesopanan mereka, semuanya sangat penting. Faktor ini mungkin sangat penting dalam layanan yang membutuhkan tingkat ketergantungan pemasok yang tinggi.
- 3) *Tangible*, berupa manifestasi eksternal dari sumber daya, alat, manusia, dan bangunan yang sebenarnya. Materi dan layanan yang akan diterima konsumen keduanya dijelaskan dalam kriteria ini.
- 4) *Empaty*, klien menerima perawatan dan perhatian pribadi. Tujuan dari dimensi empati adalah untuk menunjukkan kepada klien bahwa mereka spesial dan bahwa kebutuhan mereka dapat dikenali dan dipenuhi melalui layanan yang ditawarkan.
- 5) Daya tanggap, atau kemampuan dan kemauan karyawan untuk membantu klien dalam berbagai cara, seperti dengan menanggapi pertanyaan mereka, memberi tahu mereka kapan layanan yang mereka minta akan ditawarkan, dan kemudian memberikan layanan tersebut dengan segera.<sup>17</sup>

Indikasi tersebut di atas akan dimasukkan, dalam bentuknya masing-masing, dalam kuesioner yang akan penulis gunakan untuk mengumpulkan data.

---

<sup>17</sup> Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasi*, (Jogjakarta: Gava Media, 2011), hlm. 40.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Berbicara tentang kualitas layanan, ukuran buku tergantung pada pihak yang menyediakan; Namun, pihak yang menerima layanan lebih menentukan karena merekalah yang menikmatinya dan dapat menilai apakah layanan tersebut sesuai dengan harapan mereka dan membuat mereka puas. Pelanggan lebih canggih dan menuntut daripada sebelumnya, oleh karena itu pebisnis harus memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan. Jika ada perbedaan sekecil apa pun, seperti ketika layanan di bawah standar, klien akan memiliki opini negatif.<sup>18</sup>

Zeithaml meneliti ada sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu ;

- 1) *Reliability*, kemampuan untuk melaksanakan secara konsisten dan dapat dipercaya (ketergantungan). Bisnis mulai menyediakan layanannya segera, dan menepati janjinya dengan menyediakan layanan tersebut sesuai dengan kontrak.
- 2) *Responsiveness*, mengacu pada kapasitas mereka untuk memenuhi kebutuhan klien.
- 3) *Competence*, yang mengacu pada kemampuan setiap pegawai dalam melakukan pelayanan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 4) *Access*, adalah kemudahan kontak yang dapat ditemukan pelanggan pada saat mereka membutuhkannya.
- 5) *Courtesy*, mengacu pada sikap dan sikap yang ditunjukkan karyawan dalam interaksi interpersonal (resepsionis operator telepon dan lain-lain).
- 6) *Communication*, yang mencakup pemberian informasi kepada klien dalam bahasa yang dapat mereka pahami.
- 7) *Credibility* merupakan untuk menjaga reputasi perusahaan dalam semua komunikasi dan interaksi langsung dengan pelanggan. Kredibilitas adalah sifat

---

<sup>18</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2003), hlm. 36-38.

memberikan informasi kepada pelanggan yang jelas bagi pelanggan.

- 8) *Security* merupakan keamanan dari bahaya maupun risiko baik secara fisik (*physical safety*), maupun keamanan financial (*financial security*) serta keamanan terhadap kerahasiaan (*confidentiality*).
- 9) *Understanding/ knowing the customer*, yaitu berusaha memastikan keinginannya.
- 10) *Tangibles*, yang meliputi bangunan dan peralatan aktual yang digunakan untuk melayani konsumen, adalah tanda-tanda lahiriah dari suatu layanan.<sup>19</sup>

## 2. Kualitas Produk

### a. Pengertian kualitas produk

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.<sup>20</sup> Pelanggan melihat produk terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian karena kemungkinan besar mereka akan menganggapnya menarik dan praktis. Produk dengan tingkat kinerja, kualitas, dan fitur baru tertinggi akan lebih populer di kalangan konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang dapat memberikan hasil yang melampaui harapan.

Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta kualitas penting lainnya, disebut sebagai kualitasnya.<sup>21</sup> Menurut beberapa teori di atas, kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dipengaruhi oleh harapan pribadinya terhadap kualitas produk tersebut.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup>Nasfi, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Journal of Economic Studies*, Vol. 4, No.1 (2020)

<sup>20</sup> Philip Kotler, dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 283.

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm. 283.

<sup>22</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 136.

b. Dimensi kualitas produk

Beberapa dimensi kualitas produk menurut Kotler dan Keller, yaitu: <sup>23</sup>

- 1) Fitur (*Features*) Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 2) Keandalan (*Reliability*) Ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami fungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*) Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) Kemampuan pelayanan (*Serviceability*) Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan pelanggan

Menurut Cadoffe kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Menurut Tse & wilton kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Menurut Forneil kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian.<sup>24</sup>

Seseorang mengalami tingkat kepuasan yang diterima pelanggan dari mengkonsumsi produk atau jasa dalam fungsi

---

<sup>23</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 2, (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 6.

<sup>24</sup>Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 172.

utilitas. Kepuasan yang diperoleh meningkat seiring dengan kuantitas produk dan jasa yang dikonsumsi; tetapi, pada tingkat konsumsi tertentu, ia mencapai puncaknya (titik jenuh). Selanjutnya, jika jumlah barang yang dikonsumsi terus meningkat, sebenarnya berkurang dan akhirnya menjadi negatif.

Ketika seorang konsumen telah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa pilihannya, evaluasi dilakukan untuk melihat apakah harapan pelanggan setidaknya terpenuhi, jika tidak dilampaui. Ketika perasaan pelanggan tentang layanan melebihi harapan mereka sebelumnya, dapat dikatakan bahwa mereka puas. Jika pembeli menerima alternatif tersebut, dapat disimpulkan bahwa mereka tidak puas. Pihak yang dilayani, bukan hanya mereka yang melayani, menentukan ukuran kepuasan konsumen perbankan terhadap layanan yang diberikan.<sup>25</sup>

b. Pengukuran Kepuasan pelanggan

Kotler menyatakan bahwa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*)
- 2) Survei pelanggan (*Customer surveys*)
- 3) Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)
- 4) Analisa kehilangan pelanggan (*Lost customer analysis*)

Ada 3 kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa dan mempengaruhi penilaian konsumen atas kualitas jasa:

- 1) Kesenjangan antaraharapan konsumen dengan pandangan penyedia jasa.

---

<sup>25</sup>Restu Khaliq, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Banjarmasin Kalimantan Selatan" *Journal Of Management and Business*, Vol. 2, No. 1 (2019).

- 2) Kesenjangan antara pandangan penyedia jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
  - 3) Kesenjangan antara jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan konsumen.
- c. Faktor-Faktor Kepuasan

Persepsi harapan pelanggan mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan. Pengalaman pelanggan menggunakan produk atau menggunakan layanan berdampak pada bagaimana mereka memandang hal-hal tersebut secara umum. Oleh karena itu, kemungkinan besar klien akan memberikan persepsi yang tinggi dan pada akhirnya membawa kepuasan yang lebih tinggi jika produk yang dikonsumsi atau layanan yang diperoleh berkualitas tinggi.

Ada lima indikator menurut Nining wahyuningsih yang perlu dipertimbangkan dalam menilai kepuasan, di antaranya:

- a) Kualitas produk, konsumen akan senang jika temuan evaluasi mengungkapkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.
- b) Kualitas pelayanan, khususnya untuk sektor jasa. Jika pelanggan menerima layanan yang baik atau apa yang mereka antisipasi, mereka akan puas.
- c) Faktor emosional: Pembeli yang bangga mungkin percaya bahwa ketika mereka menggunakan produk dengan merek tertentu, orang lain akan tercengang.
- d) Harga: Produk dengan kualitas yang sama membebaskan biaya yang relatif rendah dan menawarkan pelanggan mereka nilai yang lebih besar. Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
- e) Biaya dan kemudahan pembelian barang atau jasa. Konsumen lebih cenderung puas ketika mereka tidak perlu mengeluarkan uang atau waktu ekstra untuk menerima

barang atau jasa. Contoh ATM di mana pengguna senang dengan kemudahan menggunakan layanan keuangan<sup>26</sup>

## B. Penelitian terdahulu

1. Anisa, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat”. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari diperolehnya nilai  $t_{hitung} = 10,348$  sedangkan  $t_{tabel} = 5,298$  dengan nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa  $H_0$  yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat diterima, dan konsekuensi  $H_0$  ditolak. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 52,4%.<sup>27</sup>

Kelebihan dalam penelitian ini adalah penjelasannya mudah dipahami, isi dalam penelitian ini juga bagus dan sesuai dengan judul penelitian. Selain itu, pada bagian metode juga sangat dijelaskan dan mudah dipahami. Selain itu kelebihan dalam penelitian ini adalah pada bagian abstraknya menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Untuk kekurangan dalam penelitian ini adalah pada bagian latar belakang tidak terdapat landasan normatif dan institusional hanya terdapat fakta empiris lapangan. Sesuai pedoman penulisan skripsi pada UIN Mataram 3 aspek yang harus terdapat dalam latar belakang masalah harus dicantumkan sedangkan dalam penelitian ini pada bagian latar belakang hanya terdapat 1 aspek saja. Kekurangan yang lain adalah tidak terdapat penjelasan tentang variabel penelitian.

2. Wawan Irwandi, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Watansoppeng”. Hasil dalam penelitian ini yang dimana hasil dari

---

<sup>26</sup>Nining Wahyuningsih, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat” *Al-Amwal*, Vol. 10, No.2 (2018).

<sup>27</sup>Anisa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat”. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022.



uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh sebesar 31,9% terhadap kepuasan terhadap kepuasan nasabah (Y), sedangkan selebihnya sebesar 68,1 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari uji parsial diperoleh nilai sebesar 6,706 yang lebih besar dari 1,984 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima, yang kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Watansoppeng.<sup>28</sup>

Kelebihan dalam penelitian ini adalah penulisannya rapi, mudah dipahami dan isinya jelas. Selain itu pada bagian analisis data yang dimana pada bagian hasil uji datanya dijelaskan setelah tabel hasil uji data semoga memberikan penjelasan kepada pembaca sehingga mengerti apa yang terdapat dalam tabel hasil uji data tersebut. Selain itu dalam penelitian ini terdapat kesimpulan dan saran, karena biasanya hanya kesimpulan yang terdapat dan tidak terdapat sarannya akan tetapi dalam penelitian ini terdapat keduanya. Sedangkan untuk kekurangan dalam penelitian ini adalah pada bagian latar belakang tidak terdapat landasan normatif dan institusional hanya terdapat fakta empiris lapangan. Sesuai pedoman penulisan skripsi pada UIN Mataram 3 aspek yang harus terdapat dalam latar belakang masalah harus dicantumkan sedangkan dalam penelitian ini pada bagian latar belakang hanya terdapat 1 aspek saja. Selain itu dalam penelitian ini tidak menggunakan catatan kaki, yang dimana menurut penulis sesuai dengan pedoman penulisan skripsi UIN Mataram harus menggunakan catatan kaki dalam penelitiannya. Sedangkan dalam penelitian ini tidak terdapat catatan kakinya.

3. Jamaludin, dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Sipin Kota Jambi”. Hasil penelitian yang diperoleh

---

<sup>28</sup>Wawan Irwandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Watansoppeng”. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.

berdasarkan hasil analisis dan pembahasan ditemukan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri Sipin Kota Jambi.<sup>29</sup>

Kelebihan dalam penelitian ini adalah pembahasan dalam penelitian ini mudah dimengerti dan pada bagian kajian teori dijelaskan dengan baik sehingga membuat pembaca bisa memahami apa yang dituliskandalam penelitian ini. Sedangkan kekurangan dalam penelitian ini adalah pada bagian latar belakang tidak terdapat landasan normatif dan institusional hanya terdapat fakta empiris lapangan. Sesuai pedoman penulisan skripsi pada UIN Mataram 3 aspek yang harus terdapat dalam latar belakang masalah harus dicantumkan sedangkan dalam penelitian ini pada bagian latar belakang hanya terdapat 1 aspek saja.

4. Lukman Hakim Siregar, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Gadai Emas”. Hasil penelitian adalah sistem pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana tingkat sistem pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh positif sistem pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang diketahui dari hasil uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $10,075 > 2,021$ .<sup>30</sup>

Kelebihan dalam penelitian ini salah satunya ada pada bagian hasil penelitian yang dimana pada bagian metode penelitian setiah hasil data yang diujikan dijelaskan pada bagian bawah tabel hasil uji sehingga memudahkan pembaca memahami hasil data yang diujikan. Selain itu isi dari penelitian ini pembahasan dari mulai latar belakang sape bagian kesimpulan cukup jelas dan bisa di mengerti. Sedangkan kekurangan dalam penelitian ini adalah yang pertama pada bagian latar belakang dari 3 aspek berdasarkan

---

<sup>29</sup> Jamaludin, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Sipin Kota Jambi”. Skripsi, UIN Sulthan Thaha, 2019.

<sup>30</sup> Lukman Hakim Siregar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Gadai Emas”, *jurnal: Akuntansi Bisnis dan Publik*, Vol. 8, No. 2, (2018), hlm. 53.

pedoman pada penulisan karya ilmiah UIN Mataram yang seharusnya ada pada bagian latar belakang masalah itu hanya terdapat fakta empiris saja. Kekurangan lain adalah, biasanya dalam sebuah penelitian baik itu skripsi atau jurnal tentu ada saran akan tetapi dalam penelitian ini hanya terdapat kesimpulan saja. Selain itu pada bagian kerangka berpikir setiap variabel yang terdapat tidak dijelaskan dan metode penelitian dalam penelitian ini tidak dicantumkan.

5. Nurazizah dan Dewi, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayan dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang”. Hasil penelitian adalah merujuk bahwa secara persial kualitas pelayan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan secara simultan kualitas pelayana dan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang.<sup>31</sup>

Kelebihan dalam penelitian ini ada;lah walaupun isinya sedikit tapi setidaknya terdapat poin-poin penting yang ditmasukan dalam penelitian ini. Selain itu biasanya pada bagian abstrak hanya menggunakan bahasa inggris atau bahasa indonesia saja akan tetapi dalam penelitian ini menggunakan bahasa indonesia dan bahasa inggris. Untuk kekeurangan dalam penelitian ini adalah pembahasan dalam penelitian ini banyak yang tidak dijelaskan dari kerangka berpikirnya, terus metode apa yang dipakai dalam penelitian tersebut, serta tidak ada hasil uji data yang dicantumkan dalam penelitian.

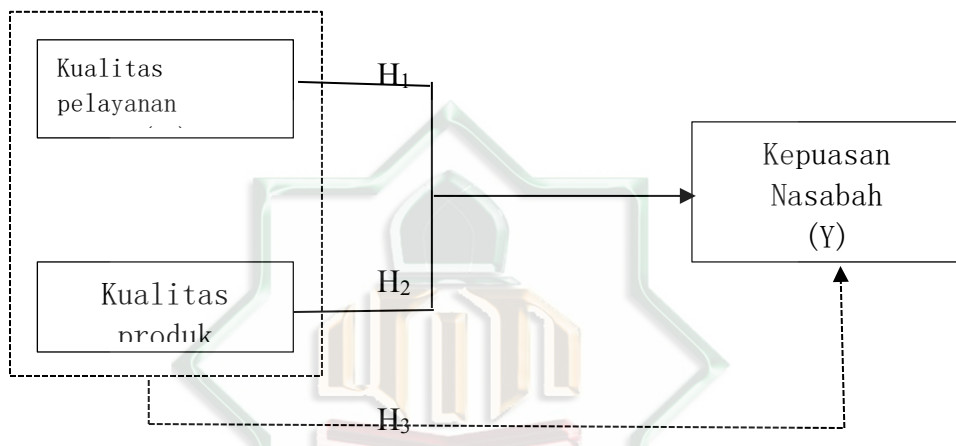
### **C. Kerangka berpikir**

Untuk lebih mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dan untuk lebih meningkatkan kebahagiaan pelanggan, salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengadopsi kualitas layanan di BSI KCP Sape. Ini adalah salah satu dari banyak upaya yang dilakukan oleh perusahaan. Kualitas layanan dapat merujuk

---

<sup>31</sup>Nurazizah Dan Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayan dan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang”, *Jurnal: Studi Manajemen*, Vol. 3, No. 3, (2021).

pada program atau strategi yang diterapkan oleh bisnis untuk memberikan peningkatan tingkat layanan kepada klien dibandingkan dengan yang diberikan oleh bisnis pesaing. Tujuannya di sini adalah untuk memastikan bahwa konsumen senang dengan pembelian. Untuk memudahkan dalam penyusunan proposal maka penulis menggunakan acuan dalam kerangka pikir dapat dilihat melalui skema berikut:



Keterangan:

—————> : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

#### D. Hipotesis penelitian

Informasi yang disajikan diatas memungkinkan beberapa kesimpulan awal dibuat tentang hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis dan karyawan mereka. Hipotesis hanyalah solusi jangka pendek untuk suatu masalah. Dalam perjalanan penyelidikan ini, hipotesis berikut dirumuskan:

$H_{01}$ : Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE ( $Y$ ).

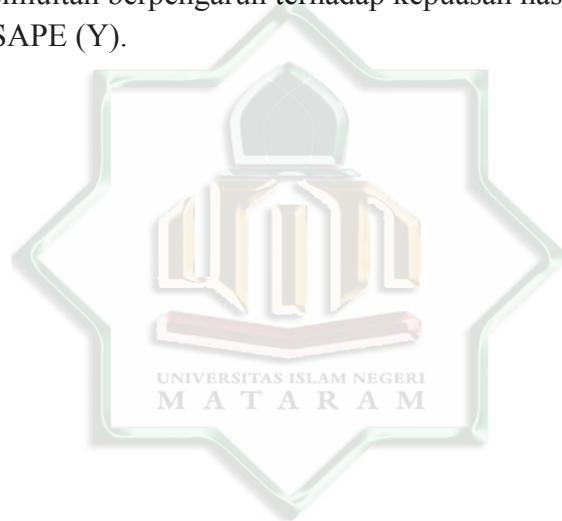
$H_{a1}$ : Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE ( $Y$ ).

H<sub>02</sub>: Kualitas produk (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE (Y).

Ha<sub>2</sub>: Kualitas produk (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE (Y).

H<sub>03</sub>: Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), kualitas produk (X<sub>2</sub>) secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE (Y).

Ha<sub>3</sub>: Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), Kualitas produk (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP SAPE (Y).



Perpustakaan UIN Mataram

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan dan jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis Penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di terapkan, dan penggunaan metode penelitian berdasarkan filosofi positivis untuk meneliti populasi tertentu dan sampel.<sup>32</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif yang berbentuk hubungan kausal. Pendekatan asosiatif adalah permasalahan yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal (hubungan sebab akibat) ialah hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih.

### **B. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain karakteristiknya.<sup>33</sup> Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai subyek dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh nasabah gadaitemas pada tahun 2022 dengan jumlah nasabah 960 orang pada Bank Syariah Indonesia Cabang Sape.

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2019), hlm. 7.

<sup>33</sup> Suprpto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2018), hlm.22.

<sup>34</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004), hlm. 100.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian.<sup>35</sup>Diketahui bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 960 orang. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Solvin* dengan margin or eror Yang ditetapkan adalah 10% atau 0,1:

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

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah Populasi

e= Margin eror

Berdasarkan rumus *Solvin* diatas maka dapat diartikan sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{960}{1+960 (0,1)^2}$$

n = 90,56 dari hasil perhitungan ini dapat disederhanakan menjadi 91 dari hasil perhitungan menggunakan rumus solvin di atas maka diketahui besar sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 91 responden.

### C. Waktu dan tempat penelitian

Lokasi penulis yang dijadikan sebagai tempat untuk penelitian adalah di Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Waktu penelitian dimulai dari tanggal 15 Februari sampai dengan selesai.

---

<sup>35</sup>Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 87.

#### **D. Variabel penelitian**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan fenomena yang menjadi perhatian penelitian untuk diobservasi atau diukur.<sup>36</sup> Sesuai dengan tujuan penelitian ini, variabel yang akan diuji meliputi variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang tidak tergantung/dipengaruhi pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebas  $X_1$  (kualitas pelayanan) dan variabel  $X_2$  (kualitas produk).

2. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang tergantung atau dipengaruhi pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan nasabah(Y).

#### **E. Desain penelitian**

Desain penelitian merupakan kerangka metode dan teknik penelitian yang digunakan oleh peneliti. Desainnya memperkenankan para peneliti untuk mengasah metode penelitian yang tepat dan cocok. Desain penelitian ini sendiri menjelaskan jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian eksperimental. Dimanah desain penelitian eksperimental adalah menetapkan hubungan antara sebab dan akibat dari situasi. Dan ini merupakan sebuah desain kausal yang dimanah peneliti mengamati atau menganalisis dampak yang ada disebabkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>37</sup>

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat bantu dalam mengumpulkan data bagi peneliti. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner

---

<sup>36</sup>Sony Faisal Rinaldi, Bagya Mujiyanto, *Metodologi Penelitian dan Statistik*, (TLM, 2017), hlm, 52.

<sup>37</sup> Lp2m, "Pengertian Desain Penelitian Karakteristik Dan Jenisnya", dalam <https://lp2m.uma.ac.id> di akses pada Pukul 12.04 tanggal 17 Januari 2023.



(Angket) yang merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada objek penelitian.

## G. Teknik pengumpulan data

### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pelaksanaan penelitian langsung di lapangan, yang meliputi melihat, mengamati, dan membuat catatan atas data tersebut.

### 2. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Pada kuesioner, pernyataan disusun dengan memilih opsi jawaban yang tersedia. Kuesioner digunakan pada jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat bersifat tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau tidak langsung (internet atau email).<sup>38</sup>

Angket penelitian digunakan untuk mengumpulkan data yang berisi pernyataan yang diberikan kepada responden berupa skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>39</sup>

Tabel skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

Keterangan	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

---

<sup>38</sup> Gulo, W, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hlm. 79.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2017), hlm. 93.

Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial.<sup>40</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen berbentuk teks tertulis, artefacts, gambar, maupun foto. Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah berupa dokumen tertulis seperti dari Website resmi PT. BSIKCP Sape, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian dan dokumen yang bisa mendukung penelitian ini.

### H. Teknik analisis data

Analisis data adalah kumpulan kegiatan menelaah, mengelompokkan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar memiliki nilai akademis dan ilmiah.<sup>41</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji kualitas data
  - a. Uji validitas

Uji validitas ialah ketepatan maupun kecermatan suatu instrument didalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan jadi validitas faktor dan validitas item. Terdapat pula uji yang hendak dicoba periset, yakni dengan memilih uji bivariate pearson (Korelasi Produk Momen Pearson). Analisis ini dicoba dengan mengkorelasikan tiap- masing- masing skor item dengan skor total. Skor total ialah penjumlahan dari keseluruhan item. Item- item persoalan yang signifikan dengan skor total menunjukkan item- item

---

<sup>40</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 129.

<sup>41</sup> SanduSiyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 109.

tersebut mampu membagikan dorongan dalam menguak apa yang ingin dipaparkan. Apabila nilai  $r$  hitung dicocokkan dengan  $r$  tabel product moment pada taraf signifikan 0,05%. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel 0,05%, sehingga butir soal tersebut valid.

b. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah untuk mengenali konsistensi ataupun keteraturan hasil pengukuran sebuah instrument apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur sesuatu objek ataupun responden. Disini peneliti memakai tata cara pengujian reabilitas dengan memakai tata cara Alpha Conbach yang digunakan dalam memastikan reliable. Tata cara pengambilan keputusan dalam uji ini memakai batas 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 merupakan kurang baik, sebaliknya 0,7 bisa diterima serta di atas 0,8 merupakan baik menurut Sekaran.<sup>42</sup>

2. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas data

Uji normalitas data, pengujian normalitas dilakukan untuk mengenali wajar tidaknya sesuatu distribusi informasi. Hal ini sangat penting diketahui berkaitan dengan ketepatan pemilihan uji statistik yang hendak digunakan. Sebab uji statistik parametrik mensyaratkan data wajib berdistribusi normal.<sup>43</sup> Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *kalmogorov-Sminov*. Dengan kriteria kenormalan sebaagai berikut

---

<sup>42</sup>Duwi Prayitno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media), hlm. 158.

<sup>43</sup>Supardi, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, (Jakarta : Change Publication 2013), hlm. 129.

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Kenormalan Uji Normalitas Data**

Signifikansi Uji ( $\alpha$ )	Signifikansi $> \alpha$	Signifikansi $< \alpha$
0,05	Berdistribusi normal	Tidak berdistribusi normal

2) Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas, suatu model regresi dikatakan mengalami multikolonieritas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolonieritas.<sup>44</sup>

3) Uji heteroskedastisitas

Tata metode pengambilan keputusan pada uji ini dengan Spearman's rho merupakan apabila nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual 0, 05 hingga tidak terjalin heteroskedastisitas, tetapi apabila signifikansi  $< 0,05$  hingga terjalin permasalahan heteroskedastisitas.<sup>45</sup>

3. Uji koefisiendeterminasi (  $R^2$ ) dicoba buat mengidentifikasi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana apa bila terus menjadi mendekati angka 1 hingga

---

<sup>44</sup>Duwi Prayitno, *Mandiri Belajar Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), hlm.60.

<sup>45</sup>Dwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta:Gava Media, 2016), hlm. 136.

nilai koefisien determinasi sampai pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) terus menjadi kokoh. sertasebaliknya, terus menjadi mendekati angka 0 hingga nilai koefisien determinasi hingga pengaruh pada kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) lemah.<sup>46</sup>

#### 4. Model regresi linear berganda

Model regresi linear berganda, dalam riset ini periset mengenakan model regresi linear berganda sebab dalam riset mau mengenali pengaruh dari variabel independen dengan satu variabel dependen. Ada pula model regresi linier bergandasebagaiberikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Ket;

$Y$  = Kepuasan nasabah

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Kualitas produk

$e$  = Error

#### 5. Hipotesis

a. Uji t, teknik uji-t ini digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah kualitas pelayanan dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap loyalitas nasabah. Dengan asumsisebagai berikut:

1) Jika tingkat signifikansi  $< (\alpha)$ , maka seluruh variabel independen secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

2) Jika tingkat signifikansi  $> (\alpha)$ , maka seluruh variabel independen secara individual tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.<sup>47</sup>

b. Uji F, dalam penelitian uji F memiliki tujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang sudah dimasukkan dalam model secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

---

<sup>46</sup>Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 146.

<sup>47</sup>*Ibid.*, hlm. 118.

- 1) Jika tingkat signifikansi  $< (\alpha)$ , maka seluruh variabel independent secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika tingkat signifikansi  $> (\alpha)$ , maka seluruh variabel independent secara bersama-sama atau secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.<sup>48</sup>



Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>48</sup>Dwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta:Gava Media, 2016), hlm. 117.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambar Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah BSI KCP Sape**

BANK BSI KCP SAPE awalnya dinamakan dengan BNI Syariah, Pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB, BNI Syariah resmi bergabung dengan BRI Syariah dan BANK Syariah mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia, BNI memegang 25 persen saham di Bank Syariah Mandiri. Sebelum bergabung dengan dengan dua bank syariah BUMN tersebut, BNI Syariah sudah memperkuat ekonomi syariah Indonesia selama kurang lebih dua decade selama 427 ini sebelum akhirnya merger menjadi bank syariah terbesar indonesesia Pada krisis moneter 1997, sistem perbankan syariah sangat tangguh. Prinsip syariah dengan tiga pilarnya, yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil kala itu

Dilansir dari laman resmi BNI Syariah, sebelum resmi menjadi sebuah bank, BNI Syariah dimulai dengan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI yang didirikan pada 9 April 2000 berlandaskan Undang-undang No.10 Tahun 1998.

Saat itu ada 5 kantor cabang USS, yakni di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. BNI Syariah resmi menjadi PT Bank Syariah Indonesia pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri

(Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*). lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

Produk gadaai emas di BSI (Bank Syariah Indonesia) adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan pinjaman dengan menggunakan emas sebagai jaminan. Nasabah dapat membawa perhiasan emas atau barang berharga berbahan dasar emas ke cabang BSI yang menyediakan layanan ini. Di sana, petugas bank akan menilai nilai emas tersebut, dan berdasarkan penilaian tersebut, nasabah akan diberikan pinjaman dengan



jumlah tertentu. Produk gadai emas di BSI didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, sehingga tidak ada bunga atau riba yang dikenakan. Sebaliknya, bank mungkin akan mengenakan biaya layanan atau margin keuntungan tertentu. Nasabah dapat memilih tenor pinjaman sesuai dengan kebutuhan mereka, dan setelah tenor berakhir, mereka harus membayar kembali pinjaman beserta biaya-biaya yang berlaku untuk menebus barang jaminan (emas). Bank BSI juga menjaga keamanan barang-barang berharga yang digadaikan oleh nasabah, menyimpannya dengan aman hingga nasabah melunasi pinjaman sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, nasabah juga perlu memahami risiko yang terkait, seperti kehilangan barang jaminan jika mereka tidak dapat melunasi pinjaman sesuai ketentuan. Sebelum memanfaatkan layanan ini, sangat penting bagi nasabah untuk memahami semua ketentuan dan biaya yang terkait dengan produk gadai emas di BSI.

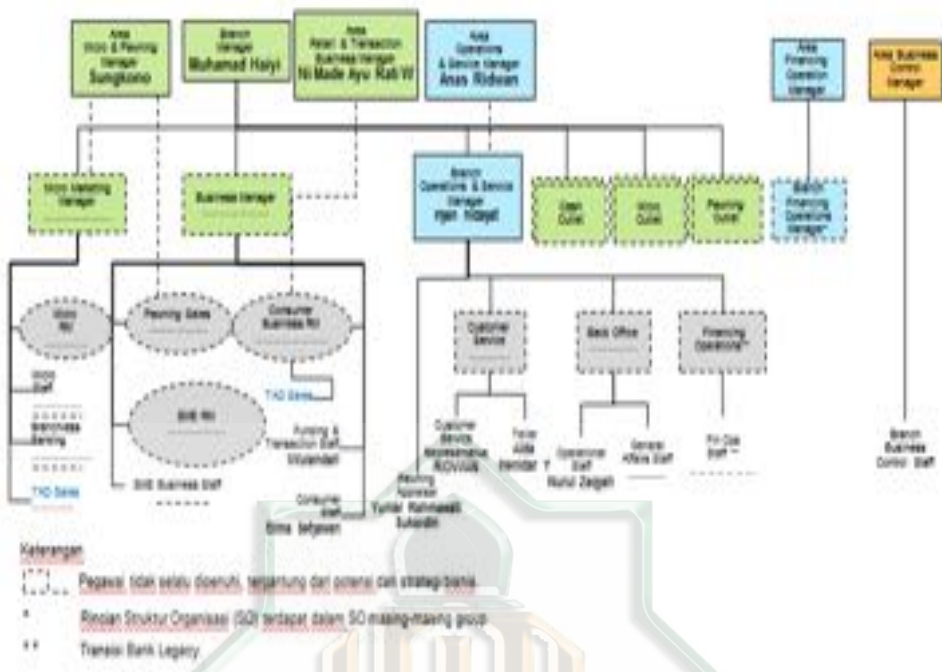
## **2. Letak Geografis**

PT. Bank BSI KCP Sape merupakan lembaga keuangan yang lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, yaitu berada di tengah kab bima dan beralamat di jl. Pelabuhan sape naru, jika dari letak geografisnya, bangunan Bank BSI KCP Sape terletak pada:

- Sebelah barat : pertokoan
- Sebelah timur: masjid
- Sebelah selatan: kantor pos
- Sebelah utara: jalan raya dan pertokoan

## **3. Struktur Organisasi, Nama-Nama Pejabat dan Pegawai**

### **STRUKTUR ORGANISASI KANTOR CABANG KCP SAPE**



Gambar 1: Struktur Organisasi Kantor Cabang BSI KCP SAPE<sup>49</sup>

## B. Hasil Penelitian

Pengumpulan angket dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *offline*. Penyebaran angket tersebut dilakukan kepada 91 responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

### 1. Karakteristik Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Karakteristik responden tersebut dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Adapun penjelasannya dapat dilihat sebagai berikut:

#### a. Berdasarkan Umur

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Nasabah**  
**Bank Syariah Indonesia KCP Sape**  
**Berdasarkan Umur**

Umur	Frekuensi	Presentasi
25-30 Tahun	19	19,0%
31-35 Tahun	32	32,0%
36-40 Tahun	21	21,0%

<sup>49</sup>Bank Syariah Indonesia KCP Sape

41-45 Tahun	11	11,0%
45-50 Tahun	7	7,0%
<b>Total</b>	90	90,0%

Dari tabel tersebut diketahui responden yang mengisi pernyataan kuesioner umurnya sangat beragam dari responden yang memiliki umur 25-30 tahun berjumlah 19 orang atau 19%, dan responden yang berumur 31-35 tahun berjumlah 32 responden atau 32%, kemudian responden yang berumur 36-40 tahun berjumlah 21 responden atau 21%, adapun responden yang berumur 41-45 berjumlah 11 orang atau dipresentasikan 11,0%, sedangkan responden yang berusia 45-50 berjumlah 7 orang atau dipresentasikan 7,0%. Dari data diatas disimpulkan bahwa responden yang paling terbanyak yang mengisi kuesioner, yaitu yang berusia 31-35 tahun dengan jumlah responden 32 orang atau 32%.

**b. Berdasarkan Pekerjaan**

**Tabel 4.2**  
**Karaktersistik Responden Nasabah**  
**Bank Syariah Indonesi Kcp Sape**  
**Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Petani	28	28,0%
Honor	16	16,0%
Pensiunan	9	9,0%
Pedagang	37	37,0%
Total	90	90,0%

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang berstatus sebagai Petani sebanyak 28 orang atau di presentasikan 28,0%, responden yang berstatus sebagai Honorer sebanyak 16 orang atau dipresentasikan 16,0%, reponden yang berstatus sebagai Pensiunan berjumlah 9 orang atau dipresentasikan 9,0%, sedangkan responden yang berstatus sebagai pedagang yaitu 37 orang tau dipresentasikan menjadi 37,0% . hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak, yaitu responden yang berstatus sebagai Pedang.

c. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Nasabah**  
**Bank Syariah Indonesia Kcp Sape**  
**Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki – laki	23	23%
Perempuan	68	68%
<b>Total</b>		<b>91,0%</b>

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 23%, sedangkan perempuan berjumlah 68 orang atau 68%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

**2. Hasil Pengujian Data**

**a. Uji Validitas**

Berikut adalah hasil uji kevaliditasan kuesioner yang diisi oleh responden nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Sape. Dimana data yang bisa dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan jumlah pernyataan sebanyak 33.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas variabel**  
**Kualitas Pelayanan (X1)**

No Butir Pernyataan	Person corelation $R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0,412	0,204	0,000	Valid
2	0,353	0,204	0,001	Valid
3	0,480	0,204	0,000	Valid
4	0,505	0,204	0,000	Valid
5	0,424	0,204	0,000	Valid

6	0,478	0,204	0,000	Valid
7	0,373	0,204	0,000	Valid
8	0,422	0,204	0,000	Valid
9	0,409	0,204	0,000	Valid
10	0,592	0,204	0,000	Valid
11	0,584	0,204	0,000	Valid
12	0,505	0,204	0,000	Valid
13	0,412	0,204	0,000	Valid
14	0,356	0,204	0,001	Valid
15	0,321	0,204	0,002	Valid
16	0,369	0,204	0,000	Valid
17	0,374	0,204	0,000	Valid
18	0,421	0,204	0,000	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.4 dapat dilihat bahwa setiap pernyataan dari kuesioner yang diisi oleh setiap nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape, menghasilkan kuesioner korelasi  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal ini juga dapat diketahui dari nilai signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian, instrumen yang berjumlah 18 pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) dinilai bahwa semua pernyataan adalah valid.

Perpustakaan UIN Mataram

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas variabel**  
**Kualitas Produk (X2)**

No Butir Pernyataan	Person corelasi on $R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0,481	0,204	0,000	Valid
2	0,440	0,204	0,000	Valid
3	0,406	0,204	0,000	Valid

4	0,591	0,204	0,000	Valid
---	-------	-------	-------	-------

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan dari kuesioner yang diisi oleh tiap nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Sape menghasilkan kuesioner yang korelasi  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Hal ini juga dapat dilihat dari nilai signifikansi kurang dari 0,05. Jadi instrumen penelitian yang berjumlah 4 pernyataan untuk variabel Kualitas Produk (X2) bahwa tiap pernyataan valid dengan menggunakan olahan data di SPSS.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas variabel**  
**Kepuasan Nasabah (Y)**

No Butir Pernyataan	Person corelati on $R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0,429	0,204	0,000	Valid
2	0,414	0,204	0,000	Valid
3	0,488	0,204	0,000	Valid
4	0,404	0,204	0,000	Valid
5	0,508	0,204	0,000	Valid
6	0,431	0,204	0,000	Valid
7	0,467	0,204	0,000	Valid
8	0,408	0,204	0,000	Valid
9	0,403	0,204	0,000	Valid
10	0,462	0,204	0,000	Valid
11	0,451	0,204	0,00	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 bahwa setiap pernyataan dikatakan valid karena dilihat dari nilai korelasi  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Hal ini juga dilihat dari nilai signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian, pernyataan yang berjumlah 11 pernyataan pada variabel dependen kepuasan Nasabah (Y) adalah valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Hasil Uji reliabilitas dari pernyataan kuesioner yang telah diisi oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

**Tabel 4.7**  
***Reliability Statistics***  
**Kualitas Pelayanan (X1)**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
0.748	18	Reliabilitas

*Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023*

Dari hasil uji *reliability Statistics* Kualitas pelayanan diperoleh nilai cronbach Alpha sebesar 0.748 yang artinya bahwa dari seluruh pernyataan kuesioner sebanyak 18 pernyataan dinyatakan lulus uji validitas dan realibilitas, karena nilai Cronbach's Alpha 0.748 lebih besar dari 0,6.

**Tabel 4.8**  
***Reliability Statistics*** Kualitas Produk (X2)

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
0.603	4	Reliabilitas

*Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023*

Dari hasil uji *reliability Statistics* Kualitas produk diperoleh nilai cronbach Alpha sebesar 0.603 yang artinya bahwa dari seluruh pernyataan kuesioner sebanyak 4 pernyataan dinyatakan lulus uji validitas dan realibilitas, karena nilai Cronbach's Alpha 0.603 lebih besar dari 0,6.

**Tabel 4.9**  
***Reliability Statistics***  
**Kepuasan Nasabah (Y)**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
0.693	11	Reliabilitas

*Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023*

Dari hasil uji *reliability Statistics* Kepuasan Nasabah diperoleh nilai cronbach Alpha sebesar 0.693 yang artinya bahwa dari seluruh pernyataan kuesioner sebanyak 11 pernyataan dinyatakan lulus uji validitas dan realibilitas, karena nilai Cronbach's Alpha 0.693 lebih besar dari 0,6.

**c. Uji asumsi klasik**

1. Uji Normalitas Data

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan kolmogrov smirnov.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.18825800
Most Extreme Differences	Absolute	0.123
	Positive	0.064
	Negative	-0.120
Test Statistic		0.120
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0.203

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas *kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,203 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi Normal.



## 2. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.11**  
**Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glesjer**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.643	1.434		.0769	0.044
	Kualitas Pelayanan	0.023	0.038	0.064	.0598	0.551
	Kualitas Produk	-0.159	0.207	-0.082	-.0769	0.444

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

*Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023*

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glesjer yaitu variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan  $0,551 > 0,05$ , dimana nilai variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Begitu juga dengan variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikan  $0,444 > 0,05$ , dimana nilai variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05.

### 3. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinearitas (Tolerance – VIF)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.981	6.076		4.650	0.000		
Kualitas Pelayanan	0.273	0.121	0.178	2.115	0.023	0.872	1.325
Kualitas Produk	0.348	0.138	0.282	2.758	0.014	0.992	1.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

*Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023*

- a) Berdasarkan tabel diatas bahwa uji multikolinearitas dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas, karena nilai tolerance  $> 0,10$ . Pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,872, sedangkan variabel kualitas Produk (X2) sebesar 0,992. Sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas karena nilai tolerance lebih dari 0,10 sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak mengalami gejala multikolinearitas.
- b) Begitu juga dengan uji multikolinearitas dengan model nilai VIF  $< 10,00$ . Pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 1.325, sedangkan vaeriabel

kualitas produk (X2) sebesar 1.008. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF kurang dari 10,00 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinearitas.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	24.981	6.076	
	kualitas pelayanan	0.273	0.121	0.178
	kualitas produk	0.348	0.138	0.282

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dirumuskan dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 24.981 + 0,273 (KP) + 0,348(KP) + e$$

Berdasarkan model rumus diatas maka penjelasan mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) kepuasan Nasabah (Y) sebesar 24.981 yang menyatakan jika variabel X1 dan X2 sama dengan nol yaitu kualitas pelayanan dan kualitas

produk, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 24,981

- b. Koefisien X1 sebesar 0,273 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,273 (27,3%) atau sebaliknya jika setiap terjadi penurunan variabel X1 sebesar 1% maka loyalitas kepuasan nasabah menurun sebesar 0.273 (27,3%)
- c. Koefisien X2 sebesar 0,348 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,348 (34,8%), atau sebaliknya jika setiap terjadi penurunan variabel X2 sebesar 1% maka kepuasan nasabah menurun sebesar 0,348 (34,8%)

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Perpustakaan UIN Mataram

### 5. Uji T (parsial)

**Tabel 4.13**  
**Hasil uji T ( Variabel X1 Terhadap Y)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.052	4.599		6.579	0.000

	kualitas pelayanan	0.227	0.060	0.330	2.283	0.007
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah						

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Ha<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh variabel Kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan Nasabah di Bank syariah Indonesia KCP Sape.

Untuk pengambilan keputusan dengan cara jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak atau sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji t untuk nilai signifikan  $0,007 < 0,05$  itu berarti terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

**Tabel 4.14**  
**Hasil uji T ( Variabel X2 Terhadap Y)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.866	3.729		7.134	0.000
	kualitas produk	0.255	0.125	0.183	3.784	0.003
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah						

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Ha<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh variabel kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Untuk dasar pengambilan keputusannya jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka Ho<sub>2</sub> diterima dan Ha<sub>2</sub> ditolak, begitu juga sebaliknya jika lebih kecil dari 0,05 maka Ho<sub>2</sub> ditolak dan Ha<sub>2</sub> diterima. Jadi dilihat dari hasil uji t untuk nilai signifikannya 0.003 lebih kecil dari 0,05 maka Ha<sub>2</sub> diterima. Jadi terdapat pengaruh Variabel kualitas produk terhadap kepuasan Nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

**6. Uji f (simultan)**

**Tabel 4.15**

**Uji Simultan (Variabel X1, X2, Terhadap Y)  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.387	2	13.193	9.327	0.004 <sup>b</sup>
	Residual	658.360	88	9.754		
	Total	764.747	90			
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah						
b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan						

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 22 Juni 2023

Berdasarkan tabel hasil uji variabel secara serentak dengan uji F (simultan) diperoleh nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 9.327

dan nilai signifikanya 0,004. Jadi nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, atau dengan kata lain bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah (Y). Jadi variabel independen secara positif mempengaruhi variabel dependen.

### 7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dari hasil regresi berganda, digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variance variabel dependen kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel independen kualitas pelayanan dan kualitas produk.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.859 <sup>a</sup>	0.474	0.215	2.123
a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan				

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari *R square* yaitu 474 atau sebesar 47,4% yang berarti bahwa 47,4% variasi variabel kepuasan nasabah. Sedangkan 52,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel variabel independen lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

### C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sape.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh bahwa kualitas pelayanan (X1), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikan uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,007 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah terbukti signifikan.

Dari hasil nilai uji regresi berganda bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,273 atau terdapat pengaruh sebesar 27,3%. Yang berarti semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin puas nasabah melakukan kegiatan di Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Jadi dapat disimpulkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Pegadian BSI KCP Sape dinyatakan puas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti variabel Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Karakteristik nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape menjelaskan bahwa sebagian besar nasabah wanita, dengan usia nasabah diatas 40 tahun dan status perkawinan menikah, dengan status pekerjaan adalah Pedagang, dan menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape dan rata-rata transaksi yang dilakukan nasabah diatas Rp.1.000.000 per bulan, lama menjadi nasabah lebih dari 2 tahun dan sebagian besar menjadi nasabah bank lain. Jika melihat karakteristik nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape adalah nasabah dengan latar belakang mampu, tahu dan bisa membandingkan kualitas layanan yang baik dan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah.



Analisis faktor konfirmatori menjelaskan bahwa indikator untuk menentukan ada pengaruh antara kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah di lihat dari hasil yang di dapatkan di SPSS pada uji t dan uji regresi memperlihatkan hasil dengan adanya berpengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil studi ini juga membuktikan bahwa kajian teoritis dan studi empirik yang menyatakan dan membuktikan adanya hubungan kualitas yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah juga dapat digunakan untuk studi dibidang perbankan di Indonesia khususnya pada Bank Syariah Indonesia. Hasil studi ini

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Lia Effi Sukama<sup>50</sup> dengan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) cabang Madala Medan. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan Samsul Arifin<sup>51</sup> dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Hal ini juga diperkuat dengan teori Zeithmal and Berry mengungkapkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dipresepsikan, maka semakin meningkatnya kepuasan konsumen. Dan Hasil penelitian ini juga diperkuat kembali dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang sangat erat

---

<sup>50</sup>Lia Effi Sukama, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan". *Jurnal Adminstrasi Publik*, Volume 2 Nomor 1 Tahun 2014.

<sup>51</sup> Basrah Saidani, Samsul Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3 No. 1, 2012.

dengan kepuasan nasabah karena kualitas pelayanan dapat dinilai dari kemampuan pelayanan untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi nasabah. Karena nasabahlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan.

Pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Sape Sudah cukup memuaskan dilihat dari area parkir yang luas, saat melakukan pelayanan pegawai melayani dengan baik dan menyebutkan nama nasabah dengan benar, jam buka pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Sape sangat disiplin sehingga nasabah tidak menunggu terlalu lama.

Pelayanan merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah

## 2. Pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Sape

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa kualitas produk gadai emas (X<sub>2</sub>) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kcp Sape. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil nilai signifikan pada uji t kualitas produk gadai emas (X<sub>2</sub>) sebesar 0,003 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga pengaruh kualitas produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah terbukti signifikan.

Dari hasil uji regresi linear berganda pada kualitas produk terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,348. Yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 34,8%, yang berarti semakin baik kualitas produk gadai emas maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di Bank Syariah KCP Sape. Jadi dapat disimpulkan pengaruh produk terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sape Yang artinya Puas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel Kualitas Produk dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gerardo Andre,<sup>52</sup> yang berjudul kualitas produk, suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN cabang manado. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Lia Effi Sukamma<sup>53</sup> dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan, menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dan penelitian yang dilakukan Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih dan Aziz Fathoni<sup>54</sup> dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan, menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Hal ini juga diperkuat dengan teori kotler dan Amstrong yang mengatakan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah karena kualitas

---

<sup>52</sup> Gerardo Andre, Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 1 Nomor 4 tahun 2013.

<sup>53</sup> Lia Effi Sukamma, Abdul Muthalib, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan". *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 2 No. 1 (Desember 2014).

<sup>54</sup> Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Aziz Fathini, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Journal Of Management*, Vol. 2 No. 2 (Maret 2016).

produk dapat dinilai dari kemampuan produk untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Kelebihan dari produk Bank Syariah Indonesia KCP Sape yaitu mudahnya melakukan segala hal sehingga membuat nasabah tertarik, pembayaran angsuran dapat dilakukan di seluruh outlet Pegadaian Syariah, dalam pengambilan keuntungan Pegadaian Syariah tidak menggunakan sistem bunga akan tetapi menggunakan tarif ijarah atau sewa atas barang yang dititipkan sebagai jaminan pembiayaan. Dalam menentukan ijarah dihitung berdasarkan dengan nilai taksiran barang jaminan pembiayaan dan disesuaikan dengan harga pasar. Sedangkan dalam penyerahan barang jaminan dilakukan secara fidusia, serta akad yang dilakukan terhadap nasabah yang mengambil produk di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk di Bank Syariah Indonesia KCP Sape maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah. Karena kualitas produk di Bank Syariah Indonesia KCP Sape sesuai dengan kebutuhan nasabah serta memiliki ciri produk yang khas sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta akan merasa puas dengan produk tersebut. Hasil studi ini juga membuktikan bahwa kajian teoritis dan studi empirik yang menyatakan dan membuktikan adanya hubungan kausalitas yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah juga dapat digunakan untuk studi dibidang perbankan di Indonesia khususnya pada Bank Syariah Indonesia KCP Sape.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Sape.

Hasil uji F bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah di Bank syariah KCP Sape. Hal ini juga dapat diketahui dari hasil nilai signifikan uji f sebesar 0,004 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank syariah Indonesia KCP Sape.

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi bahwa dari hasil R Square sebesar 0,474 atau 47,4%. Yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 47,4%. Sedangkan untuk 52,6% itu dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Sape pada hasil yang didapatkan sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Udin Lestiyono yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara” dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah saat menggunakan produk tersebut dan kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan nasabah. Makanya nasabah selalu memilih dan menggunakan Bank Syariah Indonesia dibanding Bank lain yang berada di KCP Sape.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Sape. hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan pada uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,007 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah terbukti signifikan dengan hasil uji nilai regresi linear berganda sebesar 0,273 yang berarti terdapat pengaruh sebesar 27,3%. Dapat dilihat juga dari hasil nilai uji regresi berganda bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,273 atau terdapat pengaruh sebesar 27,3%. Yang berarti semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin puas nasabah melakukan kegiatan di Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Jadi dapat disimpulkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Pegadain BSI KCP Sape dinyatakan puas. Maka dapat di simpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Atau dari kata lsin bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas produk gadai emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Sape. hal ini dapat dilihat dari hasil nilai yang signifikan pada uji t untuk variabel kualitas produk gadai emas sebesar 0,003 atau lebih kecil dari 0,05. Ini juga terbukti dari hasil uji regresi linear berganda sebesar 0.348, yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk gadai emas yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank syariah Indonesia KCP Sape sebesar 34,8%, yang berarti semakin baik kualitas produk gadai emas maka akan semakin baik kualitas produk gadai emas maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di Bank Syariah KCP Sape. Maka dapat di simpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Atau dari kata lsin bahwa kualitas produk gadai emas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape. berdasarkan hasil uji F terdapat pengaruh simultan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah, karena nilai signifikan sebesar 0,004 atau lebih kecil dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji f disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Untuk hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,474 atau terdapat pengaruh sebesar 47,4%.

#### **B. Saran -saran**

1. Bagi PT Bank Syariah Indonesia KCP Sape, semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat dan dapat dijadikan acuan, masukan dan informasi dalam hal apa saja yang dapat memberikan kepuasan nasabah di Bank syariah Indonesia KCP Sape.
2. Bagi Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Mataram, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan literature pustaka atau refrensi guna pengembangan ilmu perbankan syariah.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan sumber referensi mengenai perbankan syariah atau dapat menggunakan cakupan banyak sampel dengan jumlah banyaknya populasi seiiiring dengan meningkatnya jumlah nasabah dari Bank mana saja ingin dijadikan sebagi tempat penelitian dan bukan hanya menggunakan variabel kualitas pelyanan, dan kualitas produk saja akan tetapi menggunakan varibael lain yang berhubungan dengan kepuasan nasabah, sehingga dapat melengkapi penelitian ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku/ Jurnal

- Anisa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022.
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2003.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Duwi Prayitno, *Mandiri Belajar Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2013.
- Dwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, Yogyakarta:Gava Media, 2016.
- Eagle dan Miniard Paul, *Perilaku Nasabah*, Terjemahan Frasa Bumi Aksara, 2002.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*:Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Gulo, W, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003.
- Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasi*, Jogjakarta: Gava Media, 2011.



- Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Putaka, 2002.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, Yogyakarta: Universitas Depongoro, 2012.
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pansa Pasar Cet. III*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Jamaludin, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Sipin Kota Jambi". Skripsi, UIN Sulthan Thaha, 2019.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Lukman Hakim Siregar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Gadai Emas", *Jurnal: Akuntansi Bisnis dan Publik*, Vol. 8, No. 2, (2018).
- Nasfi, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Journal of Economic Studies*, Vol. 4, No.1 (2020)
- Nining Wahyuningsih, " Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat" *Al-Amwal*, Vol. 10, No.2 (2018).
- Nurazizah Dan Dewi, "Pengaruh Kualitas Pelayan dan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang", *Jurnal: Studi Manajemen*, Vol. 3, No. 3, (2021).
- Philip Kotler, dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.

- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 2, Jakarta : Erlangga, 2009.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002.
- Restu Khaliq, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan” *Journal Of Management and Business*, Vol. 2, No. 1 (2019).
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sony Faisal Rinaldi, Bagya Mujianto, *Metodologi Penelitian dan Statistik*, TLM, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, CV, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, CV, 2017.
- Supardi, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, Jakarta : Change Publication 2013.
- Suprpto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2018), hlm.22.
- Tjiptono Fandi, *Strategi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara books, 2008.

Wawan Irwandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Watansoppeng”. Skripsi, universitas muhammadiyah makassar, 2021.

Yetty Husnul Hayati, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo”. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, Vol. 1 No 1, 2015.

#### Website

Lp2m, “Pengertian Desain Penelitian Karakteristik dan Jenisnya”, dalam <https://lp2m.uma.ac.id> diakses pada Pukul 12.04 tanggal 17 Januari 2023.

UU 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, <http://www.ojk.go.id/o>, di akses tanggal 23 juli 2023.

Perpustakaan UIN Mataram

# LAMPIRAN - LAMPIRAN



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1

**DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER**

**Nama :**

**Jenis Kelamin :**

Tes pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah di bank bsi kcp sape.

Petunjuk pengisian

Bacalah, cermati, dan pahami setiap butir pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan seksama. Berilah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan saudarapada kolom di samping pernyataan.

Keterangan:

SS :SangatSetuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**KUALITAS PELAYANAN**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Variabel Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )						
1	Bank Syariah Indonesia KCP Sape memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan luas.					
2	Bank Syariah Indonesia KCP Sape memiliki peralatan dan perlengkapan pendukung yang memadai.					

3	Bank Syariah Indonesia KCP Sape menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.					
4	Akses menuju gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape mudah.					
5	Lokasi gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape strategis.					
Variabel Keandalan ( <i>reliability</i> )						
6	Pelayanan yang dilakukan oleh pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape cepat.					
7	Prosedur pengurusan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Sape cepat.					
8	Segala bentuk transaksi gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape dilakukan dengan penuh dedikasi tinggi.					
Variabel Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )						
9	Pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape tanggap atas keluhan nasabah gadai emas.					
10	Bank Syariah Indonesia KCP Sape mempunyai ketepatan dalam menyelesaikan masalah dengan nasabah gadai emas.					
11	Dalam menyelesaikan setiap keluhan nasabah gadai emas, pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape melakukan dengan cepat dan tanpa ditunda.					

12	Pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape memberikan informasi pelayanan dengan jelas.					
Variabel Jaminan ( <i>assurance</i> )						
13	Pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape memiliki pengetahuan tentang produk gadai emas serta pelayanannya.					
14	Pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape selalu bersikap sopan dan sabar kepada nasabah gadai emas.					
15	Nasabah gadai emas merasa aman dan nyaman pada saat melakukan transaksi gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					
Variabel Empati ( <i>empathy</i> )						
16	Dala memberikan pelayan pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape tidak lupa menyebut nama nasabah.					
17	Pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.					
18	Jam pelayanan gadai Bank Syariah Indonesia KCP Sape sesuai dengan jam operasional.					

## KUALITAS PRODUK

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Fitur ( <i>Feature</i> )					
1.	Bonus yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan nasabah.					
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )					
2.	Produk sudah ada atau dijalankan dalam jangka waktu yang lama.					
	Kemampuan Pelayanan ( <i>Serviceability</i> )					
3.	Penyetoran dapat dilakukan melalui Mobile BSI.					
	Kesesuaian Spesifikasi ( <i>Conformance with Specification</i> )					
4.	Produk gadai emas bank syariah indonesia KCP sape tidak terdapat riba yang ada adalah upah jasa titip barang yang jadikan jaminan.					



## KEPUASAN NASABAH

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Kualitas pelayanan</b>						
1	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					
2	Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan kami dalam setiap transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					
3	Saya merasa puas dengan kemampuan karyawan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape dalam memberikan pelayanan gadai emas kepada nasabah.					
<b>Kualitas produk</b>						
4	Saya merasa puas dengan kualitas produk gadai emas yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					
5	Kemampuan dalam menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan oleh pegawai gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape sangat baik dan jelas.					
<b>Faktor emosional</b>						
6	Nasabah berminat untuk mengkonsumsi kemabali produk dan jasa di pegadaian emas DI Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					

7	Nasabah berminat untuk merekomendasikan produk atau jasa di gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape kepada orang lain.					
Harga produk						
8	Saya merasa puas dengan harga taksiran yang tinggi pada gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape.					
Biaya dan kemudahan						
9	saya merasa puas dengan kemudahan pembayaran angsuran per 4 bulan dengan cara mentransfer ke rekening Bank Syariah KCP Sape.					
10	Saya merasa puas dengan biaya ujroh/ bunga yang relatife rendah dibandingkan dengan pegadaian emas biasa.					
11	Saya merasa puas terhadap pembebanan biaya administrasi gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Sape baik dan jelas.					

Daftar Nama Responden yang dilakukan penelitian

No	Nama
1	Nurjanah
2	St Isa
3	Nur aida
4	Istikomah
5	Isyani
6	Jubaidah
7	Nurjaya
8	Rafiah
9	Vivi Irmawati
10	Aisyah
11	Hadijah
12	Hatimah
13	Sasmita
14	Iche trisnawati
15	Kalisom
16	Kurnia
17	St hawa
18	Lestari
19	Sry Yanti
20	Ika
21	Ayu lestari
22	St Dahlia
23	St Rahma
24	Yana
25	Titin
26	Anisa
27	Aminah
28	Marsinah
29	Sumarni
30	Murniawati
31	Yeni Yuliani
32	Nur Aulia
33	Endang Kurniawati
34	Rohaniya putri
35	Aswah
36	Alda yani
37	Wulandari

38	Aprilia
39	Salama
40	Ma'ni
41	Rosnani
42	Eti Kurniati
43	Reniawati
44	Nurfujiah
45	Fajtiati
46	Najmah
47	Nurlaila
48	St Andi
49	Nur
50	Suci Ningsih
51	Ida baidah
52	Badriah
53	Hawsah
54	Subrianti
55	Nur Aini
56	Cahayandari
57	Wandari
58	Ainun jariah
59	Hj hatimah
60	Ramhalia
61	Putri
62	Ndariawati
63	Leni Marlina
64	Harlina
65	Hartati
66	Dania
67	Sry rayhana
68	Abudallah
69	Hj alatif
70	Iskandar
71	Arif Budiman
72	Sudirman
73	Dedi Harianto
74	Rifandi
75	Rusdin
76	Ilyas
77	Sukardin

78	Ridwan
79	Bima
80	Fahrin
81	Ahalik
82	Amirullah
83	Jamaluddin
84	Junaidin
85	Abdul Rajak
86	Arif Arianto
87	Hermansyah
88	Husni Mubarok
89	Anhar
90	Mas'ud
91	Nurjanah

Hasil kuesioner yang di sudah di isi oleh responden pada kualitas pelayanan

No Responden	kualitas Pelayanan (X1)																		TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	5	4	5	5	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	80
2	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	73
3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	75
4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	75
5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4	4	78
6	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	76
7	4	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	76
8	5	4	4	5	4	3	5	3	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	72
9	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	70
10	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	3	68
11	4	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	80
12	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	83
13	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	76
14	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	74
15	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	6	5	5	5	84

16	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	80
17	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	76
18	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	73
19	5	4	5	5	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	5	4	3	73
20	5	4	4	3	5	4	5	3	3	3	5	4	5	3	3	5	4	4	72
21	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	81
22	4	4	3	3	5	4	5	3	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	74
23	4	5	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	74
24	4	3	3	5	4	4	4	4	2	4	3	3	5	3	4	5	4	5	69
25	4	4	3	5	4	3	5	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	4	74
26	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	75
27	5	5	3	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	78
28	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	5	5	4	76
29	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	76
30	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	79
31	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	5	4	72
32	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	5	5	5	3	5	5	4	72
33	5	3	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	3	5	5	3	69
34	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	5	5	72
35	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	75
36	5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	70
37	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	72
38	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	4	72
39	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	4	74
40	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	76
41	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	4	3	5	5	4	72
42	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	74
43	5	4	4	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	77
44	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	5	4	5	3	4	5	3	73
45	5	4	4	3	3	4	5	5	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	74
46	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	5	4	4	68
47	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	5	3	4	4	5	4	4	74
48	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	74
49	4	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	70
50	3	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3	4	5	5	5	69
51	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	75

52	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	77
53	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	76
54	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	80
55	4	5	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	78
56	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	3	4	4	5	2	4	70
57	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	80
58	3	4	3	3	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	73
59	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	79
60	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	78
61	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	74
62	4	4	3	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	77
63	5	5	5	5	4	3	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	81
64	4	3	4	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	73
65	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	83
66	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	80
67	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	82
68	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	87
69	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	82
70	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	85
71	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	86
72	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	85
73	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	84
74	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	82
75	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	84
76	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	83
77	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	86
78	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	84
79	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	67
80	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	64
81	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	5	76
82	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	68
83	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	87
84	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	69
85	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	80
86	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	61
87	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	5	5	68

88	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	73
89	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	73
90	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	3	3	5	3	4	5	4	4	74
91	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	83

Hasil kuesioner yang di sudah di isi oleh responden pada kualitas produk

No Responden	kualitas Produk (X2)				TOTAL
	1	2	3	4	
1	5	4	5	4	18
2	3	4	5	4	16
3	3	5	5	5	18
4	4	5	5	5	19
5	4	5	5	5	19
6	5	5	5	5	20
7	4	4	5	5	18
8	4	5	4	4	17
9	3	5	4	4	16
10	4	5	5	4	18
11	4	5	5	5	19
12	4	4	5	5	18
13	4	5	5	4	18
14	5	5	5	5	20
15	4	4	5	3	16
16	4	4	4	5	17
17	4	5	4	5	18
18	4	5	4	5	18
19	3	5	4	5	17
20	4	4	5	5	18
21	4	5	5	5	19
22	4	5	5	5	19
23	5	5	5	4	19
24	4	5	5	4	18



25	4	5	5	4	18
26	4	4	5	4	17
27	4	4	5	4	17
28	3	4	5	3	15
29	4	4	5	3	16
30	4	5	4	3	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	5	4	5	5	19
34	4	4	5	5	18
35	4	4	5	5	18
36	4	5	5	4	18
37	3	4	5	4	16
38	3	4	5	4	16
39	3	5	5	5	18
40	3	4	5	5	17
41	4	4	5	5	18
42	4	5	5	5	19
43	4	5	5	4	18
44	3	5	5	5	18
45	3	5	5	5	18
46	3	5	4	5	17
47	4	5	4	5	18
48	4	5	4	5	18
49	4	5	4	4	17
50	3	5	4	5	17
51	4	5	5	5	19
52	4	4	5	5	18
53	3	4	5	5	17
54	4	5	5	4	18
55	4	5	5	4	18
56	4	5	5	5	19
57	3	5	5	5	18
58	4	4	5	5	18
59	4	4	4	5	17
60	4	4	4	5	17

61	4	4	4	4	16
62	3	5	4	5	17
63	4	5	4	5	18
64	4	5	4	4	17
65	4	5	4	5	18
66	4	5	4	5	18
67	4	5	5	5	19
68	3	4	5	5	17
69	3	5	5	5	18
70	4	5	5	4	18
71	4	4	5	4	17
72	4	4	5	5	18
73	4	5	5	4	18
74	3	5	5	4	17
75	4	5	4	5	18
76	4	5	4	4	17
77	4	5	5	4	18
78	3	5	5	4	17
79	3	5	5	5	18
80	3	5	5	5	18
81	4	4	5	5	18
82	4	4	5	5	18
83	4	5	4	5	18
84	4	5	4	4	17
85	3	5	4	5	17
86	4	5	4	5	18
87	3	4	4	4	15
88	3	5	4	5	17
89	4	4	4	4	16
90	4	5	4	4	17
91	4	5	5	5	19

Hasil kuesioner yang di sudah di isi oleh responden pada kualitas produk

No	Kepuasan Nasabah (Y)											TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	5	4	3	4	5	5	3	4	3	5	3	44
2	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	45
3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	44
4	5	4	3	5	4	5	4	3	3	5	4	45
5	4	5	4	3	4	4	3	4	3	5	4	43
6	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	44
7	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	46
8	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	46
9	5	4	5	3	5	3	4	4	4	5	4	46
10	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	45
11	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	44
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	44
13	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	47
14	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	47
15	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	47
16	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	45
17	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	48
18	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	45
19	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	3	48
20	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	45
21	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	45
22	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	47
23	3	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4	45
24	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	46
25	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	44
26	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	48
27	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	46
28	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	44
29	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	40
30	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	46
31	4	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	45

32	5	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	47
33	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	47
34	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	47
35	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	48
36	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	46
37	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	48
38	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	44
39	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	48
40	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	50
41	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	45
42	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	48
43	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	46
44	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	46
45	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	49
46	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	47
47	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	45
48	3	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	48
49	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	48
50	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	49
51	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	48
52	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	48
53	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	45
54	5	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	47
55	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	46
56	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	47
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	46
58	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	49
59	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	48
60	3	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	46
61	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	49
62	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	48
63	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	48
64	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	49
65	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	46
66	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	47
67	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	49

68	5	5	5	4	5	5	3	5	3	5	4	49
69	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	49
70	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	50
71	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	44
72	4	3	4	3	5	4	3	2	4	5	3	40
73	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	44
74	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	43
75	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	50
76	4	3	4	3	3	3	5	4	3	5	4	41
77	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	40
78	4	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	45
79	5	5	4	4	4	5	3	4	3	5	4	46
80	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	38
81	3	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	43
82	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	41
83	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	38
84	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	41
85	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	41
86	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	38
87	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	39
88	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	41
89	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	37
90	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	46
91	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	37

## Uji Validitas Kualitas Pelayanan

### Correlations

	X1	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	TOTAL
	.1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
X Pearson 1.1 Correlation	1	.125	.231*	.222*	.172	-.028	.150	.201	.155	.089	.162	.292**	.050	.292**	-.069	.166	.004	.064	.412**	
Sig. (2-tailed)		.237	.027	.034	.103	.791	.155	.057	.143	.401	.126	.005	.637	.005	.515	.116	.972	.549	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.2 Correlation	.125	1	.065	.101	.115	.195	.187	.085	.102	.110	.177	.187	.083	.017	.115	.126	-.109	.190	.353**	
Sig. (2-tailed)	.237		.543	.342	.277	.064	.077	.423	.337	.298	.093	.076	.435	.874	.276	.234	.305	.071	.001	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.3 Correlation	.231*	.065	1	.261*	.093	.050	-.003	.219*	.139	.244*	.247*	.261*	.064	.078	.188	.142	.264*	.195	.480**	
Sig. (2-tailed)	.027	.543		.013	.381	.639	.979	.037	.188	.020	.018	.013	.548	.463	.074	.179	.011	.064	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

X1.4	Pearson Correlation	.222*	.101	.261*	1	.149	.099	.051	.221*	.165	.367**	.444**	.071	.080	.041	.268*	-.044	.109	.125	.505**	
	Sig. (2-tailed)	.034	.342	.013		.158	.351	.630	.035	.119	.000	.000	.501	.451	.701	.010	.678	.305	.237	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.5	Pearson Correlation	.172	.115	.093	.149	1	.370**	.017	.069	.317**	.276**	.176	.111	.103	.037	-.060	.025	.153	.182	.424**	
	Sig. (2-tailed)	.103	.277	.381	.158		.000	.870	.517	.002	.008	.094	.295	.333	.730	.569	.814	.147	.085	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.6	Pearson Correlation	-.028	.195	.050	.099	.370**	1	.308**	.202	.183	.379**	.125	.100	.088	.066	.023	.117	.273**	.217*	.478**	
	Sig. (2-tailed)	.791	.064	.639	.351	.000		.003	.055	.082	.000	.237	.347	.405	.532	.829	.269	.009	.038	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.7	Pearson Correlation	.150	.187	-.003	.051	.017	.308**	1	.086	.055	.203	.064	.223*	.130	.083	.121	.237*	-.011	.126	.373**	
	Sig. (2-tailed)	.155	.077	.979	.630	.870	.003		.418	.605	.053	.547	.034	.220	.435	.254	.024	.915	.233	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

X 1. 8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed)	.20 1	.08 5	.21 9*	.22 1*	.06 9	.20 2	.08 6	1	.04 4	.36 9**	.21 9*	.02 8	.09 4	.17 8	.00 7	.05 8	.02 1	.05 6	.422**
		.05 7	.42 3	.03 7	.03 5	.51 7	.05 5	.41 8		.67 8	.00 0	.03 7	.79 0	.37 6	.09 1	.94 9	.58 6	.84 1	.59 6	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X 1. 9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed)	.15 5	.10 2	.13 9	.16 5	.31 7**	.18 3	.05 5	.04 4	1	.04 8	.30 1**	-.0 30	.09 4	.11 7	.06 3	.01 8	.15 4	.18 3	.409**
		.14 3	.33 7	.18 8	.11 9	.00 2	.08 2	.60 5	.67 8		.65 3	.00 4	.78 0	.37 7	.26 9	.55 5	.86 5	.14 5	.08 2	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X 1. 10	Pearson Correlation Sig. (2- tailed)	.08 9	.11 0	.24 4*	.36 7**	.27 6**	.37 9**	.20 3	.36 9**	.04 8	1	.33 6**	.22 1*	.09 7	.08 2	.27 7**	.03 0	.11 5	.27 2**	.592**
		.40 1	.29 8	.02 0	.00 0	.00 8	.00 0	.05 3	.00 0	.65 3		.00 1	.03 5	.35 8	.44 2	.00 8	.77 7	.27 9	.00 9	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X 1. 11	Pearson Correlation Sig. (2- tailed)	.16 2	.17 7	.24 7*	.44 4**	.17 6	.12 5	.06 4	.21 9*	.30 1**	.33 6**	1	.24 3*	.18 0	.14 6	.25 8*	.05 0	.12 2	.15 9	.584**
		.12 6	.09 3	.01 8	.00 0	.09 4	.23 7	.54 7	.03 7	.00 4	.00 1		.02 0	.08 7	.16 6	.01 4	.63 5	.24 9	.13 3	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91



X Pearson 1.12 Correlation	.29 2**	.18 7	.26 1*	.07 1	.11 1	.10 0	.22 3*	.02 8	-.0 30	.22 1*	.24 3*	1	.37 9**	.39 0**	.02 9	.27 1**	.13 8	.07 4	.505**
Sig. (2- tailed)	.00 5	.07 6	.01 3	.50 1	.29 5	.34 7	.03 4	.79 0	.78 0	.03 5	.02 0		.00 0	.00 0	.78 7	.00 9	.19 1	.48 3	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.13 Correlation	.05 0	.08 3	.06 4	.08 0	.10 3	.08 8	.13 0	.09 4	.09 4	.09 7	.18 0	.37 9**	1	.04 3	-.0 13	.42 0**	.24 4*	.07 9	.412**
Sig. (2- tailed)	.63 7	.43 5	.54 8	.45 1	.33 3	.40 5	.22 0	.37 6	.37 7	.35 8	.08 7	.00 0		.68 6	.90 5	.00 0	.02 0	.45 8	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.14 Correlation	.29 2**	.01 7	.07 8	.04 1	.03 7	.06 6	.08 3	.17 8	.11 7	.08 2	.14 6	.39 0**	.04 3	1	.07 3	.02 1	.14 2	.00 6	.356**
Sig. (2- tailed)	.00 5	.87 4	.46 3	.70 1	.73 0	.53 2	.43 5	.09 1	.26 9	.44 2	.16 6	.00 0	.68 6		.49 1	.84 2	.17 9	.95 5	.001
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

X Pearson 1.15 Correlation	-.069	.115	.188	.268*	-.060	.023	.121	.007	.063	.277**	.258*	.029	-.013	.073	1	.019	-.004	.219*	.321**
Sig. (2-tailed)	.515	.276	.074	.010	.569	.829	.254	.949	.555	.008	.014	.787	.905	.491		.856	.969	.037	.002
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.16 Correlation	.166	.126	.142	-.044	.025	.117	.237*	.058	.018	.030	.050	.271**	.420**	.021	.019	1	.279**	.126	.369**
Sig. (2-tailed)	.116	.234	.179	.678	.814	.269	.024	.586	.865	.777	.635	.009	.000	.842	.856		.007	.235	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X Pearson 1.17 Correlation	.004	-.109	.264*	.109	.153	.273**	-.011	.021	.154	.115	.122	.138	.244*	.142	-.004	.279**	1	.087	.374**
Sig. (2-tailed)	.972	.305	.011	.305	.147	.009	.915	.841	.145	.279	.249	.191	.020	.179	.969	.007		.411	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

X 1. 18	Pearson Correlation	.064	.190	.195	.125	.182	.217*	.126	.056	.183	.272**	.159	.074	.079	.006	.219*	.126	.087	1	.421**
	Sig. (2-tailed)	.549	.071	.064	.237	.085	.038	.233	.596	.082	.009	.133	.483	.458	.955	.037	.235	.411		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
T O T A L	Pearson Correlation	.412**	.353**	.480**	.505**	.424**	.478**	.373**	.422**	.409**	.592**	.584**	.505**	.412**	.356**	.321**	.369**	.374**	.421**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	

## Uji validitas Kualitas Produk

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	-.054	.042	-.072	.481**
	Sig. (2-tailed)		.611	.693	.498	.000
	N	91	91	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	-.054	1	-.173	.124	.440**
	Sig. (2-tailed)	.611		.102	.243	.000
	N	91	91	91	91	91
X2.3	Pearson Correlation	.042	-.173	1	-.017	.406**
	Sig. (2-tailed)	.693	.102		.876	.000
	N	91	91	91	91	91
X2.4	Pearson Correlation	-.072	.124	-.017	1	.591**
	Sig. (2-tailed)	.498	.243	.876		.000
	N	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.481**	.440**	.406**	.591**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

Perpustakaan UIN Mataram

## UJI Validitas Kepuasan Nasabah

### Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	TOTAL
Y.1 Pearson Correlation	1	.081	.076	.015	.284*	.143	.123	-.009	.116	.209*	.012	.429*
Sig. (2-tailed)		.443	.471	.890	.006	.177	.247	.929	.274	.046	.913	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.2 Pearson Correlation	.081	1	.084	.102	.071	.211*	.118	.131	.024	.081	.147	.414*
Sig. (2-tailed)	.443		.428	.337	.504	.045	.263	.216	.825	.444	.164	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.3 Pearson Correlation	.076	.084	1	.101	.181	-.058	.208*	.183	.106	.184	.246*	.488*
Sig. (2-tailed)	.471	.428		.341	.086	.587	.048	.082	.317	.082	.019	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.4 Pearson Correlation	.015	.102	.101	1	.234*	.058	-.045	.067	.011	.075	.335*	.404*
Sig. (2-tailed)	.890	.337	.341		.025	.588	.672	.528	.914	.478	.001	.000
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.5 Pearson Correlation	.284*	.071	.181	.234*	1	.176	-.011	.108	.191	.125	.112	.508*
Sig. (2-tailed)	.006	.504	.086	.025		.095	.917	.307	.070	.236	.290	.000

	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.6	Pearson Correlation	.143	.211*	-.058	.058	.176	1	.116	.095	.087	.125	.169	.431*
	Sig. (2-tailed)	.177	.045	.587	.588	.095		.275	.371	.414	.238	.110	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.7	Pearson Correlation	.123	.118	.208*	-.045	-.011	.116	1	.147	.209*	.263*	.119	.467*
	Sig. (2-tailed)	.247	.263	.048	.672	.917	.275		.164	.047	.012	.263	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.8	Pearson Correlation	-.009	.131	.183	.067	.108	.095	.147	1	.046	.110	.026	.408*
	Sig. (2-tailed)	.929	.216	.082	.528	.307	.371	.164		.667	.297	.810	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.9	Pearson Correlation	.116	.024	.106	.011	.191	.087	.209*	.046	1	.079	.062	.403*
	Sig. (2-tailed)	.274	.825	.317	.914	.070	.414	.047	.667		.456	.559	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.10	Pearson Correlation	.209*	.081	.184	.075	.125	.125	.263*	.110	.079	1	.102	.462*
	Sig. (2-tailed)	.046	.444	.082	.478	.236	.238	.012	.297	.456		.334	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y.11	Pearson Correlation	.012	.147	.246*	.335*	.112	.169	.119	.026	.062	.102	1	.451*

	Sig. (2-tailed)	.913	.164	.019	.001	.290	.110	.263	.810	.559	.334		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.429*	.414*	.488*	.404*	.508*	.431*	.467*	.408*	.403*	.462*	.451*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reabiliti kualitas pelayanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	18

### Kualitas produk

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	4

### Reabilitas kepuasan nasabah

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	11

## Uji normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18825800
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.064
	Negative	-.120
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.203 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

## Uji Heteroskedastisitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.643	1.434		.769	.044
	Kualitas Pelayanan	.023	.038	.064	.598	.551
	Kualitas Produk	-.159	.207	-.082	-.769	.444

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Uji multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.981	6.076		4.650	.000		
	Kualitas Pelayanan	.273	.121	.178	2.115	.023	.872	1.325
	Kualitas Produk	.348	.138	.282	2.758	.014	.992	1.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis

Uji t

Uji X1 terhadap Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.052	4.599		6.579	.000
	kualitas pelayanan	.227	.060	.330	2.283	.007

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

## Uji X2 terhadap Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.866	3.729		7.134	.000
	kualitas produk	.255	.125	.183	3.784	.003

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.387	2	13.193	9.327	.004 <sup>b</sup>
	Residual	658.360	88	9.754		
	Total	764.747	90			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

## Uji determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.474	.215	2.123

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

## Lampiran dokumentasi





**UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM**  
**Sertifikat Bebas Pinjam**

No 1862/Un.12/Perpustakaan/BP/06/2023

Sertifikat ini Diberikan Kepada :

**FITRAH NUBINSANI**  
190502179

FEBIPS

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.  
Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan **UIN Mataram**



## UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate

No.2292/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/08/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

**FITRAH NURINSANI**

190502179

FEBIPS

Dengan Judul SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK GADAI EMAS TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAPE

SKRIPSI tersebut telah dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 14 %

Submission Date : 01/08/2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM



UPT Perpustakaan  
UIN Mataram

M. Hum  
197608282006042001

Perpustakaan UIN Ma



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 190 Tlp. (0378) 621298-423889 Fax. (0378) 625337 Jemberang Mataram  
website : <http://feb.unimataran.ac.id>, email : [feb@unimataran.ac.id](mailto:feb@unimataran.ac.id)

Nomor : 57 /Un.12/FEB/PP.00.9/04/2023  
Lamp : 1 (satu) Gabung  
Hal : Permohonan Izin Observasi Penelitian

Kepada Yth,  
BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAPE  
Di

Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Fitrah Nuriansari  
NIM : 190502179  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BSI KCP SAPE

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperkunya agar kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Data hasil observasi tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb.

Mataram, 10 April 2023

ibn. Dekan

Wakil Dekan Bid. Akademik dan  
Kerjasama



Dr. Badri Badriati, M.E.I

No.03/ *f8* -3/2024

Kepada:  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Mataram  
Di Mataram

Perihal: **Persetujuan Pelaksanaan Izin Penelitian**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak dan seluruh jajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam selalu dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufik dan hidayah dari Allah SWT.

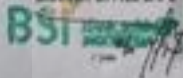
Sehubungan dengan surat No. 507/UR/12/FEI/PP.DD.S/04/2023 perihal Permohonan Izin Observasi Penelitian, bersama ini kami sampaikan persetujuan atas permohonan izin penelitian mahasiswa dibawah ini :

Nama : Fitriah Nurraeni  
NIM : 190502179  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Study : Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Sape

Demikian kami sampaikan, atas persetujuan dari Bapak kami mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA  
BRANCH OFFICE SAPE



Khairul Usthan  
FE Branch Manager

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Gajah Mada No. 101 Tlp. (0376) 621298-623999 Fax. (0376) 625337 Jemberang Mataram  
website : <http://fakultas.uinmataram.ac.id>, email : [fa@uinmataram.ac.id](mailto:fa@uinmataram.ac.id)

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fitriah Nuriansari  
NIM : 190502179  
Pembimbing II : Fatana Susastri, M.M.  
Judul Penelitian : Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah di bank BSI kcp sapa

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
22/6/2023	BAB I	
9/7/2023	BAB IV	
4/7/2023	Pembahasan	
10/7/2023	Abstrak, kesimpulan, saran	
11/7/2023	ACC Lanjut ke Pembimbing I	

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.  
NIP. 197111102002121001

Mataram,  
Pembimbing II

Fatana Susastri, M.M.  
NIP. 198910182019032008

Perpustakaan UIN Mataram





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Sekeloa No. 104 Tlp. (0378) 521186-523889 Fax. (0378) 625337 Jember Mataram  
website : <http://fhe.uinmataram.ac.id>, email : [fhe@uinmataram.ac.id](mailto:fhe@uinmataram.ac.id)

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fitriah Nurisari  
NIM : 190502179  
Pembimbing I : Dr. H. Muslihan, M.Ag  
Judul Penelitian : Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah di bank BSI kcp sapa

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
17/7/2023	Perbaikan typocorrec	
	- Penulisan ulang di perbaiki - Teori/proses di tambah pada yg meningkatkan kepercayaan/itu perlu di tangkahi di website pembelian	
20/7/2023	Tambahan agar di maksimalkan lagi - Kesimpulan di lengkapi dg umum teori (konsep dan pembahasan)	
27/7/2023	ATA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM	

Mengetahui  
Dekan

Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag  
NIP. 197111102002121001

Mengetahui  
Pembimbing

Dr. H. Muslihan, M.Ag  
NIP. 197412312001121005

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Fitrah Nurinsani  
Tempat, tanggal lahir : Sumi, 01 Juli 2001  
Alamat rumah : Desa Sumi Kec: Lambu Kab: Bima  
Nama ayah : Jainul  
Nama ibu : Nurjanah

### B. Riwayat Pendidikan

1. TK : TK Kembang Melati  
2. SD/MI : SDN SUMI 1  
3. SMP/MTS : SMP N 1 LAMBU  
4. SMA/SMK : SMA N 1 LAMBU

### C. Pengalaman organisasi

1. Ikatan Mahasiswa Bima-Dompu (IMBD) UIN Mataram
2. Kerukunan Mahasiswa Lambu Mataram (KAMIL)