

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BANK BNI
SYARIAH KANTOR CABANG MATARAM**



OLEH:
ANA MARIANI
160 205 100

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM**

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT. BANK BNI
SYARIAH KANTOR CABANG MATARAM**

Skripsi

**diajukan kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana
Ekonomi**



Disusun Oleh:

ANA MARIANI
160 205 100

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2020**


PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi oleh : Ana Mariani, NIM : 160205100 dengan judul, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal : 20 Juli 2020

PembimbingI

PembimbingII


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


Muhammad Johari, M.S.I
NIP :198501272018011001

Perpustakaan UIN Mataram

Nota Dinas Pembimbing

Mataram, 20 Juli 2020

Hal : **Ujian Skripsi**
Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Mataram


Assalamualaikum Wr. Wb

Di sampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Ana Mariani
NIM : 160205100
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram.

Telah memenuhi syarat untuk diajukan *munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera *dimunaqasyahkan*.
Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

PembimbingI



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

PembimbingII



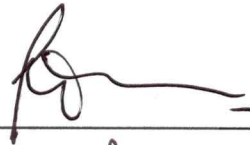
Muhammad Johari, M.S.I
NIP :198501272018011001

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Ana Mariani, NIM: 160205100 dengan Judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram” telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 12 Agustus 2020 dan dinyatakan syah untuk melengkapi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

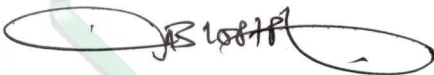
Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb.I)



Muhammad Johari, M.S.I.
(Sekertaris Sidang/Pemb.II)



Muh. Baihaqi, S.H.I., M.S.I.
(Penguji I)

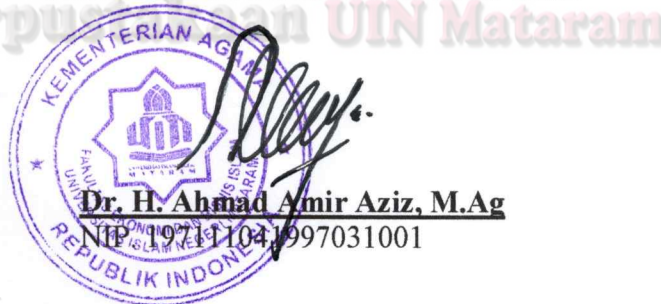


Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si.
(Penguji II)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

“Lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik, maka kau akan menjadi orang yang terbaik”



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

*“ Kupersembahkan skripsi ini untuk Allah SWT.,
Ibundaku Atisah dan Ayahandaku Usman
tercinta, saudaraku Nana Sutrisna, Jumawanto dan
Riko Ardinata, semua dosen, teman-teman
seperjuangan dan sahabatku tersayang.”*



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mataram”**. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menghantarkan dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang ini.

Skripsi ini disusun dan diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu perbankan syariah. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan, dorongan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mutawali, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
2. Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.
3. Ibu Dewi Sartika Nasution, M.Ec dan Ibu Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si selaku ketua dan sekretaris Jurusan Perbankan Syari’ah.

4. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Bapak Muhammad Johari, M.S.I. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran dalam menyusun skripsi ini, serta tanpa bosan ditengah kesibukkanya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram yang telah membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Pimpinan PT. Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram beserta jajarannya yang telah meluangkan waktunya dan memberikan informasi, data, dokumen yang penulis butuhkan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
7. Semua yang terkait dalam penulisan skripsi ini, baik dikampus maupun lingkungan sekitarnya.

Penulis tidak dapat berbuat sesuatu untuk membalas budi, selain memanjatkan do'a, semoga kita tergolong hamba-Nya yang tetap beriman serta tetap dalam lindungan-Nya. Aamiin. Akhir kata semoga tugas akhir yang penulis susun dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Mataram, 02 Juni 2020
Penulis,

Ana Mariani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kerangka Berpikir.....	14
1. Kualitas Produk	14
2. Kualitas Pelayanan	16
3. Kepuasan Nasabah	23
C. Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
D. Variabel Penelitian.....	32
E. Desain Penelitian.....	33
F. Instrumen Penelitian.....	33
G. Teknik Pengumpulan Data.....	34
H. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Deskripsi Lokasi Penelitian	43
2. Deskriptif Data Responden.....	52
3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4. Teknik Analisis Data	58
1) Uji Normalitas Data	58
2) Uji Multikolinearitas	59
3) Uji Heteroskedastisitas	61
4) Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
5) Uji Koefisien Determinasi	65
6) Uji Simultan	66
7) Uji Parsial	67
B. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin Responden
Tabel 4.2	Deskriptif Berdasarkan Usia Responden
Tabel 4.3	Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden
Tabel 4.4	Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan Responden
Tabel 4.5	Deskriptif Berdasarkan Penghasilan Per Bulan
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel X1,X2,Y
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Data
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Berganda
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Tabel 4.12	Uji Simultan (F)
Tabel 4.13	Uji Parsial (T)

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Jawaban Responden Dari Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Tabel Uji Validitas Variabel Penelitian
Lampiran 4	Tabel Uji Reliabilitas Variabel Penelitian
Lampiran 5	Tabel Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Tabel Uji Hipotesis
Lampiran 7	Deskriptif Variabel Responden
Lampiran 8	Karakteristik Responden



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BANK BNI
SYARIAH KANTOR CABANG MATARAM**

**Oleh:
ANA MARIANI

160.205.100**

ABSTRAK

Pengaruh kualitas produk tabungan dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di PT. Bank BNI syariah Kantor Cabang Mataram. Skripsi Mataram: Jurusan Perbankan Syariah UIN Mataram 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *probability sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode angket yang disebarakan secara langsung kepada 100 Nasabah PT. bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Teknik analisis data menggunakan uji-t yang sebelumnya dilakukan uji prasyarat yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji simultan yang dianalisis dengan menggunakan program SPSS v.20. Hasil perhitungan uji-t menggunakan program SPSS v.20 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram.

KataKunci: Kualitas, Produk, Pelayanan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya di negara maju tetapi di negara berkembang. Dengan adanya persaingan yang ketat antara bank terjadi perubahan dalam bisnis perbankan. Perubahan ini disebabkan adanya perubahan permintaan pelayanan dari nasabah, perubahan teknologi, dan adanya pesaing baik dari antara bank maupun dari perusahaan keuangan nonbank lainnya yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabah.¹

Konsep kualitas produk dan layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun nonprofit. Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas produk dan layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang/jasa, maka akan lebih mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang. Dan cenderung akan sering membeli barang/jasa, serta akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara konsumen dengan produsen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai

¹Tjiptono Fandy. *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm 111.

upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.²

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.³ Profesionalisme merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu lembaga atau organisasi. Pegawai yang profesional akan memperlihatkan kemampuan dan keahliannya, sikap dan disiplin, minat dan semangat. Oleh karena itu pegawai dituntut untuk memiliki kemampuan secara profesional dalam melaksanakan tugas-tugasnya sehingga produktivitas mereka meningkat. Dalam kegiatan perbankan, faktor tenaga kerja (karyawan) mempunyai pengaruh besar karena tenaga kerjalah yang melaksanakan proses perbankan tersebut. Produktivitas kerja menunjukkan tingkat pegawai dalam mencapai hasil (*output*) tergantung pada tingkat kegigihan dalam menjalankan tugasnya.⁴

Selain dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Karena karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil

²*Ibid*, hlm.111

³Kasmir. *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm 201.

⁴Falentina K.G. Rani, "Pengaruh Integritas, Kompetensi, dan Profesionalisme terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Akuntansi pada PT. Bank Mandiri (Persero) tbk Manado", *Jurnal Akuntansi Unsrat*, Vol.13, No.3, 2018, hlm 41-51.

dari citra perusahaan, kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawannya.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas produk dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan pada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.⁵

Bank BNI (Bank Negara Indonesia) Syariah bermula sebagai Unit Bisnis Strategis bagian dari BNI yang mulai beroperasi sejak 29 April 2000. Pada 19 Juni 2010 status BNI Syariah meningkat menjadi Bank Umum Syariah (BUS). Komposisi kepemilikan saham BNI Syariah adalah 99,94% dimiliki oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dan sisanya dimiliki oleh PT BNI Life.⁶

BNI Syariah senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi infrastruktur BNI Induk diantaranya layanan lebih dari 16.000 ATM BNI, ditambah ribuan jaringan ATM Bersama, ATM Prima serta ATM berlogo Maestro dan Cirrus di seluruh

⁵Santi Budi Utami, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2013), hlm 2-4.

⁶<https://www.bnisyariah.co.id> diakses tanggal 7 Desember 2019 pukul 14.20

dunia, dan fasilitas 24 jam BNI Call, SMS Banking, dan BNI Internet Banking.⁷

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram resmi beroperasi pada Tahun 2011, dan menjadi kantor cabang BNI Syariah yang ke-38 dan memiliki Kantor Cabang Pembantu di Selong Lombok Timur. Bank BNI mempunyai komitmen dengan kehadiran BNI Syariah Kantor Cabang Mataram dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat tanpa birokrasi panjang. Bahkan Bank BNI Syariah secara nasional mencatatkan kinerja positif sampai dengan akhir bulan Desember.⁸

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram sangat memperhatikan indeks layanan baik eksternal maupun internal, baik dari segi pelayanan seperti security yang ramah, kantor yang bersih, wangi, dan nyaman, serta pelayanan yang cepat. Kualitas pelayanan yang baik dan rasa nyaman nasabah yang diberikan karyawan adalah kepercayaan bagi nasabah terhadap bank itu sendiri. Hanya saja kendala atau bentuk keluhan yang sering nasabah keluhkan adalah keterbatasannya dalam mesin ATM. Tetapi bentuk keluhan seperti diatas tidak menyurutkan nasabah untuk menabung atau melakukan pembiayaan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram, dengan pertumbuhan nasabah yang terus naik tiap tahunnya menunjukkan seberapa besar eksistensi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram di Provinsi Nusa Tenggara Barat.⁹

⁷*Ibid.*,

⁸ Observasi awal pada Selasa, 14 April 2020 pukul 09.45

⁹ *Ibid.*,

BNI Syariah juga disebut sebagai Bank Hasanah yang merupakan corporate campaign yang memiliki makna “segala kebaikan” bagi diri sendiri, masyarakat, maupun bangsa dan Negara baik di dunia maupun di akhirat (QS. Al Baqarah 201). Hasanah merupakan sebuah nilai yang disajikan dari Al-Quran dan menjadi identitas BNI Syariah dalam menebarkan kebaikan melalui insan hasanah dan produk/ layanannya. Cita-cita mulia yang ingin disampaikan melalui nilai Hasanah adalah kehadiran BNI Syariah dapat membawa kebaikan bagi seluruh pihak serta menjadi Rahmatan Lil’ Alamin. Hasanah didasari oleh Maqoshid Syariah yang berarti tujuan dari ditetapkannya syariah hukum (hukum agama) yaitu untuk melindungi keyakinan, keberlangsungan hidup, dan hak asasi manusia terdiri dari lima hal yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta.¹⁰

Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mataram juga selalu memperhatikan perusahaan yang memiliki kualitas produk yang sangat inovatif. Maka dari itu kualitas produk juga menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang ditawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan pada perusahaan

¹⁰*Ibid.*,

tersebut. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya.¹¹

Hubungan kualitas pelayanan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan, semakin baik tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa, tidak menutupi kemungkinan semakin tinggi pula calon nasabah terhadap suatu pembiayaan.¹² Sedangkan hubungan kualitas produk itu sendiri dengan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan itu dikarenakan semakin mudah kualitas produk yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan nasabah maka akan semakin banyak nasabah yang akan mengajukan produk pembiayaan.

Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana respon masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah termasuk Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram pada khususnya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan. Pertanyaan ini penting untuk dikaji dan diteliti oleh penulis, maka dari itu penulis mengangkat judul tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah KC Mataram.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Cabang Mataram?

¹¹ Adiwarman Karim. *Op. Cit.* Hlm 80.

¹² J.P.G. Sianipar. *Manajemen Pelayanan Masyarakat* (Jakarta: Lembaga Administrasi Negara, 2008) hlm 8.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembang ilmu pengetahuan tentang lembaga keuangan Syariah perbankan khususnya terkait kualitas produk, pelayanan dan kepuasan nasabah menabung untuk memperluas pengetahuan umum lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perbankan/Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram dalam melayani nasabah.

b. Bagi Akademik

Semoga dapat memberikan literature mengenai PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram terkait kualitas produk, pelayanan dan kepuasan nasabah.

c. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi selanjutnya dan sebagai pengembangan penelitian lanjut untuk penelitian yang akan datang.

F. Definisi Operasional

1. Kualitas Produk

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.¹³ Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁴ kualitas produk merupakan ciri atau sifat dari suatu produk dimana bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁵

2. Kualitas pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.¹⁶ Menurut Kotler dan Keller pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

¹³ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhalindo, 1997), hlm 49.

¹⁴ Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan <http://www.academia.edu/> diakses tanggal 20 Desember 2019, pukul 6.27.

¹⁵ Skripsi <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/> diakses tanggal 20 Desember 2019, pukul 18.02.

¹⁶ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hlm 49.

menyebabkan kepemilikan sesuatu.¹⁷ Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang baik, bagus dan cepat, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masing-masing nasabah.

3. **Kepuasan Nasabah**

Menurut Philip Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut J.D Powers menjelaskan kepuasan pelanggan (nasabah) adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan memastikan bahwa pasar sasaran (*targe marketing*) mereka mengetahuinya.¹⁸ Kepuasan nasabah dalam penelitian ini adalah dilihat dari produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada setiap nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Perpustakaan UIN Mataram

¹⁷Sudarso Andriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublic, 2016), hlm 55.

¹⁸ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hlm 36-37.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

Telaah pustaka adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu sebagai pedoman penelitian lebih lanjut serta untuk menghindari adanya duplikasi dan menjamin keaslian dan legalitas penelitian ini.

Dalam membahas telaah pustaka ini peneliti mengulas beberapa skripsi di antaranya :

1. Penelitian Dian Fitri Rahaya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Griya iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Mataram 2018. Dalam penelitian ini Dian mengangkat masalah mengenai apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah pada pembiayaan Griya iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram, dalam penelitiannya Dian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan untuk teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode kuesioner dan observasi untuk pengumpulan dan informasi penguat data. Hasil dari penelitian Dian menyatakan bahwa kualitas pelayanan bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, terbukti dari hasil pengujian pada koefisien a nilai thitung = 4,639 > ttabel = 0,263 dan pada koefisien b nilai thitung = 0,517 > ttabel = 0,263. Karena nilai thitung > ttabel, maka kualitas pelayanan dapat

dikatakan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, terbukti juga dari hasil uji hipotesis yang dapat dilihat pada kolom Sig. dan menghasilkan nilai $P = 0,000$ dan $0,135$. Jadi pada *Alpha* 5% kita menolak hipotesis nol, artinya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan di unit pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah, dikarenakan nasabah merasa aman, nyaman saat melakukan transaksi.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek, fokus penelitian serta tempat yang diteliti antara PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang berada di Jalan Panca Usaha No. 08 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara Kota Mataram dengan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang berada di Jalan Pejanggik No. 23 Cakranegara Kota Mataram. Jika penelitian yang dilakukan oleh Dian Fitri Rahayu lebih menekankan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada pembiayaan Griya iB Hasanah, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pengaruh keputusan nasabah terhadap kualitas produk tabungan dan pelayanan oleh pihak Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Persamaan penelitian ini terletak pada pelayanan yang diterapkan pada masing-masing lembaga.¹⁹

2. Penelitian Amalia Damar Asri, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Pada BRI Syariah Di Surabaya." Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya 2015. Dalam penelitian ini Amalia mengangkat masalah

¹⁹Dian Fitri Rahaya. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Griya iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram, 2018).

mengenai apakah kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank BRI Syariah Surabaya. Teknik pengumpulan data pada penelitian dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dalam bentuk angket. Hasil penelitiannya mengatakan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung pada Bank BRI Syariah di Surabaya. Hubungan antara variabel kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung pada BRI Syariah di Surabaya memiliki tingkat signuifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Perbedaan penelitian ini terletak pada hasil penelitian serta tempat yang diteliti antara Bank BRI Syariah di surabaya dengan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Jika hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia Damar Asri pada kualitas pelayanan menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BRI Syariah di Surabaya dilihat dari hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,286 yang artinya H_0 diterima H_1 ditolak, sedangkan penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk tabungan dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian

yang membahas tentang kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh masing-masing lembaga.²⁰

3. Vioni Dwi Afriana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan", Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2018. Masalah yang diangkat oleh Vioni dalam penelitiannya mengenai: keterbatasan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai apa dan bagaimana operasional bank syariah, dan tidak semua calon nasabah memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh bank, serta informasi yang kurang *update* yang dikarenakan fasilitas bank. Dalam penelitian ini Vioni menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan metode kuesioner untuk pengumpulan datanya. Hasil penelitian Vioni dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi kepuasan nasabah di Bank Syariah kantor cabang ciputat Tangerang selatan. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,545, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($17,838 > 1,985$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 76,5% terhadap kepuasan nasabah sedangkan 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan.

²⁰Amalia Damar Asri." Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Pada BRI Syariah Di Surabaya." (*artikel ilmiah*, Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya 2015).

Perbedaan penelitian ini terletak pada obyek, fokus serta tempat penelitian antara PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan dengan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Jika penelitian yang dilakukan oleh Vioni Dwi Afriana menekankan pada pengaruh kepuasan nasabah terhadap pelayanan oleh pihak Bank Mandiri Syariah, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pengaruh kualitas produk tabungan dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BNI Syariah. Persamaan penelitian ini terletak pada pelayanan yang diterapkan pada masing-masing lembaga.²¹

B. Kerangka Berpikir

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong definisi produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut W.J. Stanto yang dikutip oleh Paulus Lilik Kristianto menyatakan produk adalah satu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Berbicara mengenai produk, maka kualitas yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Menurut pendapat Kotler

²¹Vioni Dwi Afriana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan", (*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2018).

dan Amstrong kualitas produk berhubungan dengan kemampuan produk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, kehandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi, kualitas produk ditunjukkan dari keseluruhan karakter dari sebuah produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan.²²

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono, kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono adalah:²³

1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

2) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

3) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk

²²Kotler, Philip dan G. Amstrong, *Marketing An Introduction*, (Global Edition. Penerbit : Pearson. 2011).

²³Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. (Malang: Penerbit Bayu Media Publishing. 2008).

memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

4) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

5) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

6) *Perceived Quality* (kesan kualitas), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

7) *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry, kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan

dengan superioritas suatu pelayanan. Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama, yaitu :²⁴

- 1) Kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang.
- 2) Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja actual pelayanan.
- 3) Evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan.

b. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan, yaitu :²⁵

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik. Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Misalnya: meja dan kursi yang nyaman diduduki.
- 2) Tersedia karyawan yang baik. Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayani. Misalnya: karyawan yang ramah, sopan, dan menarik.

²⁴Sudarso Andriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublic, 2016), hlm 57.

²⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm 210-211.

- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.
- 5) Mampu berkomunikasi. Karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabahnya. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Untuk menjadi karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan manusia, maka karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah.
- 8) Berusaha memahani kebutuhan nasabah. Karyawan harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah.

- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah. Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithalm dan Berry terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, diantaranya :²⁶

1) Bukti fisik (*tangible*)

Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, kelengkapan komunikasi dan penampilan karyawan.

2) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan.

3) Daya Tangkap (*Responsiveness*)

Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

4) Jaminan (*Assurance*)

Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan karyawan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

²⁶Stephanie Sahangamu, "Analisis Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung", *Jurnal EMBA*, Vol. 3. No. 1, 2015, hlm 1086.

5) Empati (*Empathy*)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

d. Faktor-faktor Hambatan dalam Pelayanan

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi pelayanan umum merupakan dasar usaha peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian terhadap berbagai pihak yang berkepentingan dengan jasa pelayanan menghasilkan berbagai faktor yang menjadi penghambat peningkatan kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut.²⁷

- 1) Kurang otoritas yang diberikan pada bawahan.
- 2) Terlalu birokrasi sehingga lambat dalam menanggapi keluhan konsumen.
- 3) Bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ada izin dari atasan.
- 4) Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberi jalan keluar yang baik.
- 5) Petugas sering tidak ada ditempat pada waktu jam kerja sehingga sulit untuk dihubungi.
- 6) Banyak interest pribadi dan kurang professional (kurang trampil menguasai bidangnya).

²⁷Azka Al-afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (studi kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)", (*Skripsi*, UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

7) Disiplin kerja sangat kurang dan tidak tepat waktu.

e. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Dalam hal ini dilihat bahwa kualitas merupakan salah satu bentuk jaminan dan loyalitas pelanggan, semakin bagus kualitas yang diberikan oleh perusahaan, maka tingkat loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Perspektif kualitas bisa diukur dalam lima macam, antara lain.²⁸

- 1) *Transcendental Approach* : dalam hal ini, kualitas dipandang sebagai innate excellence, yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalkan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali (*repeated exposure*). Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni music, drama, tari, dan rupa.
- 2) *Product-Based Approach*: mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur yang atau atribut yang dimiliki produk.
- 3) *User-Based Approach* : didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas bergantung kepada orang yang menilainya (*eyes of*

²⁸Fandy Tjiptono, “*Service, Quality & Satisfaction*” (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011), hlm 168-170.

Beholder), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan demand oriented ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. Produk yang dinilai berkualitas baik oleh individu tertentu belum tentu dinilai sama oleh orang lain.

f. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an

surat al-Baqarah ayat 267:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ (البقرة : ٢٦٧)

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.²⁹

²⁹QS al-baqarah [267]: 2.

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa yang diterima. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasa/diterima).³⁰

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang pelanggan ketika apa yang mereka harapkan sama dengan apa yang mereka terima. Siapapun yang terlibat dalam bisnis, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan.³¹

Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.³²

³⁰ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublic, 2019), hlm 210.

³¹ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublic, 2015), hlm 84.

³² *Ibid.*, hlm 85.

b. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller, cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan prlanggan adalah:³³

1) Keluhan dan saran

Organisasi yang berorientasi pelanggan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran secara langsung. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga untuk direspon dengan cepat untuk mengatasi keluhan pelanggan.

2) Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survei ini didapatkan umpan balik dari konsumen.

3) Pembeli bayangan

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik dari orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayanan yang melayaninya.

4) Analisis pelanggan yang lari

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti dan pindah

keperusahaan lain, adakah suatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:³⁴

1) Citra

Citra dan merk perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dari sudut positif.

2) Performa produk dan jasa

Performa atau keunggulan produk/ jasa sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.

3) Sistem pengiriman

Suatu sistem yang memindahkan produk/jasa dari produsen ke konsumen.

4) Hubungan harga-nilai

Pembeli menginginkan nilai dari suatu produk/jasa yang ditawarkan pada mereka sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan menguntungkan antara harga dan nilai.

³⁴ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Dikota Pekanbaru", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.2, No. 1,2017. Hlm 58.

5) Persaingan

Kelemahan dan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan nasabah dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.

6) Kinerja atau prestasi karyawan

Kinerja produk atau jasa tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi bekerjasama dalam proses pemenuhan kepuasan nasabah.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” artinya kurang atau lemah dan “*thesis*” artinya teori yang disajikan dijadikan sebagai bukti. Jadi yang dimaksud dengan hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu adanya pembuktian.³⁵ Hipotesis dibedakan menjadi beberapa bentuk, yaitu:³⁶

1. Hipotesis Nol (H_0) : Hipotesis yang bersifat netral atau dapat juga didefinisikan suatu pernyataan tentang parameter yang bertentangan dengan keyakinan penelitian.
2. Hipotesis Alternatif (H_A) : Merupakan hipotesis anggapan dasar penelitian terhadap suatu masalah yang sedang diberi bersifat tidak netral.

³⁵Sugiyono, *Statistik Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 84.

³⁶Ir. Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 89.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

Ho : kualitas produk dan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

Ha : kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BNI Syari'ah Cabang Mataram.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif yang bersifat statistik deskriptif. Dimana statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam analisis statistik deskriptif dapat dilakukan dengan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.³⁷

Penelitian kuantitatif yaitu metode yang secara kaidah empiris, objektif, dan *metode discovery* (penemuan). Adapun tujuan pendekatan kuantitatif antara lain adalah untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan pengaruh, memberikan deskripsi statistic, menafsirkan dan meramalkan hasil. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung dimana metode yang digunakan adalah metode *survei*, yaitu penelitian yang mengambil

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 64.

sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama.³⁸

Penelitian ini dilakukan pada nasabah pemilik produk tabungan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang dimana mereka disebut sebagai responden. Kemudian responden diminta mengisi kuesioner yang telah disediakan, kemudian hasilnya dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda untuk merumuskan kesimpulan. Akhirnya kesimpulan yang diperoleh digeneralisasikan untuk mewakili populasi dalam penelitian.³⁹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰

Sejauh ini peneliti tidak mengetahui jumlah populasi nasabah pada Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, dikarenakan peneliti tidak memperoleh data yang pasti dari pihak bank untuk besaran jumlah populasi. Maka populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011). Hlm. 8.

³⁹ *Ibid*, hlm. 147.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.148.

dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴¹ Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴²

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang digunakan dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :⁴³

$$n = \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot (\sigma))^2}{(e)^2}$$

$$n = \frac{((1,96) \cdot (0,25))^2}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{0,2401}{0,0025}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

σ = Standra deviasi populasi (pendugaan sampel dengan perwakilan $0,5 \times 0,5 = 0,25$)

$Z_{\alpha/2}$ = nilai z adalah kepercayaan 95% yaitu sebesar 1,96

e = tingkat kesalahan 5%

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014) ,hlm 149.

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B)*, (Bandung:Alfabeta,2006), hlm 84.

⁴³ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2012), hlm 158.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui jumlah sampel adalah 100 orang. Jadi responden yang akan dilibatkan dalam penyelesaian penelitian ini adalah 100 orang.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Probability Sampling* dengan menggunakan kategori metode *Convenience sampling* yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, dan bersedia menjadi responden untuk diteliti, atau peneliti orang-orang terdekat saja.⁴⁴ Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih jumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.⁴⁵

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Waktu penelitian adalah waktu yang digunakan selama penelitian terhitung mulai dari pelaksanaan observasi sampai dengan pelaporan.⁴⁶ Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya surat permohonan observasi dalam kurun waktu 2 bulan terhitung sampai

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 11

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 82

⁴⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram*, (Mataram: UIN Mataram, 2020) hlm 33.

pembuatan proposal penelitian, penelitian dilaksanakan pada jam kerja instansi tempat penelitian.

2. Tempat penelitian

Tempat penelitian adalah lokasi berlangsungnya kegiatan penelitian.⁴⁷ Penelitian ini dilaksanakan di Bank BNI Syariah Cabang Mataram yang terletak di Jln. Pejanggik No. 23, Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

D. Variabel Penelitian

Berdasarkan pendahuluan dan rumusan masalah yang telah dibentuk maka Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁴⁸

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Kualitas Produk (X_1)
- b. Kualitas Pelayanan (X_2)

2. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah Menabung (Y).

⁴⁷ *Ibid.*, hlm .33

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 96.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 97

E. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terhadap objek yang diteliti melalui data sampel dan populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode penelitian yang akan digunakan dalam mencari dan mengolah data adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang melibatkan pengukuran tingkatan satu ciri tertentu.⁵⁰

Penelitian kuantitatif mencakup setiap jenis penelitian yang didasarkan atas perhitungan persentase, dan perhitungan statistik lainnya. Dengan kata lain penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan perhitungan atau angka-angka.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati.⁵¹ Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.⁵² Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner (angket). Adapun bentuk angket yang digunakan adalah bentuk pertanyaan tertutup, responden tidak diberikan kesempatan

⁵⁰Hayatun Nisa, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Melalui Agen Laku Pandai BTPN Wow! Di PT. BTPN Syariah Cabang Mataram", (*Skripsi* UIN Mataram, 2019).

⁵¹Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), hlm 51.

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014) , hlm 179.

untuk menjawab selain jawaban yang tersedia pada angket. Angket yang sudah disebar ke responden kemudian dilakukan pengujian validitas agar data yang didapat menjadi lebih *valid* sehingga siap diujikan ke sampel penelitian.

Sedangkan instrument yang digunakan dalam pemberian skor terhadap pertanyaan atau pernyataan menggunakan *skala Likert*, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁵³ Dengan menggunakan *Skala Likert* jawaban setiap item mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, adapun pengukuran skala Likert dalam penelitian ini sebagai berikut :

SS	= Sangat Setuju	Skor 5
S	= Setuju	Skor 4
N	= Netral	Skor 3
TS	= Tidak Setuju	Skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	Skor 1

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik sebagai berikut :

⁵³Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B),(Bandung:Alfabeta,2006),hlm 25.

1. Metode observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas kondisi objek penelitian tersebut.⁵⁴

2. Metode kuesioner (Angket)

Metode kuesioner (angket) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada tugas atau peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan angket tertutup.⁵⁵

Angket tertutup adalah bermaksud untuk menggali atau merekam data mengenai apa yang diketahui responden perihal objek dan subjek tertentu, serta data tersebut tidak dimaksudkan mengenai diri responden bersangkutan.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Untuk mengukur kemampuan instrumen penelitian, peneliti menggunakan *uji validitas konstruk* yakni yang

⁵⁴Sofian Siregar, Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014) , hlm 23-24.

⁵⁵Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : 2005), hlm 133-134.

berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya.⁵⁶ Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis, yang menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya, dengan menggunakan prosedur statistik *person's product moment correlation*. Biasanya syarat minimum yang dapat memenuhi syarat adalah $r > 0,3$. Sehingga apabila korelasi dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi product moment adalah:⁵⁷ Berikut ini perhitungan korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas sebagai berikut:

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

keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

Σx = Jumlah nilai dari skor butir

Σy = Jumlah nilai dari skor total

N = Jumlah subyek

Σxy = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

Σx^2 = Jumlah kuadrat dari skor butir

Σy^2 = Jumlah kuadrat dari skor total

⁵⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Edisi Kedua* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 47

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 77

Bila diperoleh r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat signifikan (α) 0,05 maka pernyataan pada kuesioner memiliki validitas konstruk atau terdapat konsistensi internal dalam pernyataan tersebut dan layak untuk digunakan. Untuk mendapatkan data yang akurat, pengolahan data dilakukan dengan bantuan software atau program *Microsoft Word Excel 2007* dan program SPSS 20.0

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula.⁵⁸ Intinya adalah untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai dapat diandalkan dan dipercaya.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian, tergantung dari skala yang digunakan.⁵⁹ Dalam penelitian ini, teknik untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian adalah dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbac*, teknik ini dapat digunakan atau tidak. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

⁵⁸ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian ...* hlm. 55.

⁵⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Edisi Kedua* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 57

Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k-r}{1(k-r)}$$

Keterangan :

r = Rata-rata korelasi antar item

k = Jumlah item

untuk memudahkan penelitian, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010 dan SPSS 20 (*Statistical Program for Sosial science*).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁶⁰ Uji ini diperlakukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dengan pedoman jika nilai sig. atau signifikansi <0,05 (kurang dari 0,05) maka dapat distribusi data tidak normal dan apabila Nilai sig. atau signifikansi >0,05 (lebih dari 0,05), maka distribusi data adalah normal. Sedangkan untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan *kolmogorov-swirnow*.

b. Uji multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang

⁶⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm 147.

mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.⁶¹

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Masalah heteroskedastisitas umum terjadi pada silang (*cross section*) dari pada data runtut waktu (*time series*). Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, jika terjadi dapat menyebabkan nafsir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Tidak dapat heteroskedastisitas jika : (1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitarnya angkat 0; dan (3) titik-titik data tidak mengumpulkan hanya diatas atau dibawah saja.⁶²

d. Analisis regresi linier berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk

⁶¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm 79.

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis ...*, hlm 36

melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independen*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependen*). Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas. Rumus regresi linier berganda adalah:⁶³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat

X₁ : Variabel bebas pertama

X₂ : Variabel bebas kedua

a, b₁ dan b₂ : Konstanta

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien determinasi (R²)

Analisis Determinasi adalah kuadrat dari *koefisien korelasi Pearson product moment* yang dikalikan dengan 100%.⁶⁴ Dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel X₁ (Kualitas Produk) dan X₂ (Kualitas Pelayanan) mempunyai kontribusi atau mampu menerangkan variabel Y (Keputusan Nasabah Menabung).

Persamaan untuk koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KP = (R_{X_1X_2Y})^2 \times 100\%$$

⁶³Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), hlm 405-406

⁶⁴Suliyanto, *ekonometrika terapan....*, hlm 212.

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien Determinasi

$(R_{X_1X_2Y})^2$: Nilai Koefisien Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berapa persentase kontribusi variabel (X) terhadap variabel (Y) untuk melengkapi analisis kuantitatif ini maka peneliti menggunakan alat hitung SPSS (*Statistic Product Service Solution*) versi 20.0

b. Uji Simultan (F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y. uji statistic yang digunakan untuk pengujian ini adalah menggunakan Uji F.⁶⁵

Persamaan Hipotesis Nihil (H₀) dan Hipotesis Alternatif (H₁)

H₀ = $\beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X₁, X₂) terhadap variabel terikat Y.

H₀ ≠ $\beta_1 = 0$ ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X₁, X₂) terhadap variabel terikat Y.

c. Uji persial (T)

Uji T dikenal dengan persial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Pengujian ini dilakukan dengan

⁶⁵Suharydi, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm 97.

membandingkan nilai thitung dengan ttabel, dengan ketentuan sebagai berikut:⁶⁶

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan signifikansi adalah :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.



Perpustakaan UIN Mataram

⁶⁶*Ibid.*, hlm 98

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi lokasi penelitian

a. Profil umum dan sejarah singkat Bank BNI Syari'ah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syari'ah. Prinsip syari'ah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syari'ah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.⁶⁷

Disamping itu nasabah juga bisa menikmati layanan syari'ah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan. BNI Syari'ah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. dengan Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang di milikinya, semua produk BNI

⁶⁷<http://www.bnisyariah.co.id.awards>, diakses tanggal 20 Mei 2020, pukul 10.25

Syariah telah melalui pengujian dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) sehingga telah memenuhi aturan syari'ah.⁶⁸

Dasar hukum pendirian Legal Basis of Establishment Surat Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor: AHU-15574, AH.01.01. Tahun 2010 Decree of Minister of Law and Human Rights No. AHU-15574, AH.01.01. Year 2010, dated March 25, 2010. Modal Dasar Authorized Capital Rp. 4.004.000.000.000. Modal ditempatkan dan disetor penuh Issued and Fully Paid Capital Rp. 1.501.500.000.000. Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syari'ah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktpor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya Undang-undang No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syari'ah Negara (SBSN) dan Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. disamping itu komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syari'ah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syari'ah juga semakin

⁶⁸ <http://www.bnisyariah.co.id.awards>, diakses tanggal 20 Mei 2020, pukul 10.25

meningkat. Pada bulan Juni tahun 2014 jumlah cabang BNI Syari'ah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point, serta 1500 Outlet BNI Syariah terdapat dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).⁶⁹

b. Letak geografis

Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram terletak di. Jl. Pejanggik No. 233 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara, Mataram, dengan batas-batas sebagai berikut:

- c. Sebelah barat : Berbatasan dengan Pura
- d. Sebelah timur : Bank Danamon Syari'ah
- e. Sebelah utara : Berbatasan dengan Pura
- f. Sebelah selatan : Berbatasan dengan Pemukiman Warga⁷⁰

c. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2) Misi

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syari'ah.

⁶⁹ Dokumentasi, *Arsif*, Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, tanggal 18 Mei 2020

⁷⁰ Observasi Awal, tanggal 14 April 2020 pukul 09.45

3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.⁷¹

d. Struktur organisasi Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram

Berikut ini adalah jumlah data karyawan tetap Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram.



e. Produk-produk BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram

Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram memiliki berbagai produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Produk-produk Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram adalah sebagai berikut.⁷²

1) Produk Pendanaan BNI Syariah Kantor Cabang Mataram

⁷¹Dokumentasi, *Arsif*, Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, tanggal 18 Mei 2020

⁷² Dokumentasi, *arsif*, Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, Tanggal 18 Mei 2020.

Produk dana adalah produk yang ditawarkan kepada nasabah yang ingin bertransaksi dapat berinvestasi secara lebih mudah, tentram dan menguntungkan. Produk dana memudahkan dalam bertransaksi di 239 outlet reguler BNI Syari'ah, lebih dari 1.500 kantor BNI dengan layanan syari'ah, lebih dari 60.000 ATM BNI, lebih dari 49.000 ATM bersama dan lebih dari 58.000 ATM Prima.

Adapun produk pendanaan di BNI Syariah diantaranya sebagai berikut:

1) Giro iB Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah dengan alat pembayaran berupa cek atau bilyet giro. Fasilitas yang didapatkan bagi nasabah yang menyimpan uangnya dalam bentuk giro adalah mendapatkan buku cek dan bilyet giro, tersedia dengan pilihan mata uang seperti: Rupiah dan US Dolar. Terdapat kemudahan dalam penarikan cek/bilyet giro dari bank-bank diseluruh dunia.

2) Deposito iB Hasanah

Investasi menentramkan dan menguntungkan yang berjangka yang ditunjukkan bagi nasabah perorangan dan perusahaan. Pengelolaan dana disalurkan melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syari'ah dan

memberikan bagi hasil yang kompetitif. Fasilitas dan keunggulan yang didapatkan dari deposito ib hasanah adalah bilyet deposito, tersedia berbagai pilihan mata uang dan jangka waktu (rupiah dan USD dan jangka 1,3,6 dan 12 bulan), bagi hasil dapat ditransfer kerekening tabungan giro atau menambah pokok investasi. Tersedia juga pilihan perpanjangan secara otomatis (outomatic roll over/ARO) atau tidak otomatis (non ARO) pada saat jatuh tempo.

3) BNI Tabungan iB Hasanah

a) Tabungan iB Hasanah

Tabungan iB Hasanah memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah disetiap transaksi. Tabungan iB Hasanah ini merupakan simpanan dalam mata uang

rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah

dengan akad mudharabah muthalaqah dan akad wadiah. Dengan setoran awal dan biaya administrasi yang ringan (bebas biaya khusus akad wadiah).

Tabungan yang di fasillitasi dengan berbagai fasilitas transaksi *e-banking* seperti internet banking, SMS banking, dan lain-lain.

b) Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan dengan berbagai kemudahan prima bagi nasabah "*high networth*" dengan bagi hasil yang lebih

kompetitif. Tabungan dengan manfaat lebih berupa fasilitas transaksi dan fasilitas executive lounge bandara yang telah berkerja sama dengan BNI Syari'ah. Fasilitas lain yang bisa didapatkan oleh nasabah tabungan iB Prima Hasanah sama dengan tabungan iB Hasanah, namun ada beberapa yang berbeda seperti BNI Syari'ah card Gold dengan limit transaksi penarikan tunai di ATM dan transfer lebih besar, executive lounge bandara yang berkerja sama dengan BNI Syari'ah, auto debet untuk pembayaran berbagai tagihan atau setoran bulanan IB tapenas hasabah dan IB THI Hasanah.

c) Tabungan iB THI Hasanah

Tabungan iB THI Hasanah merupakan tabungan perencanaan haji dengan menggunakan akad mudharabah muthalaqah, yang menawarkan bagi hasil dengan manfaat lebih. Terhubung dengan layanan online siskohat, semakin mempermudah keberangkatan Anda ketanah suci.

d) Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan yang diruntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun, tabungan ini disertai dengan kartu ATM atas nama anak dan SMS notifikasi.

e) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah tabungan dengan akad *Mudharabah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.

f) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad *Mudharabah* untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

2) Produk Pembiayaan Konsumtif

Produk yang memberikan solusi kemudahan dan kepastian dalam mewujudkan impian. Beberapa produk pembiayaan konsumtif antara lain sebagai berikut:

a) Griya iB Hasanah

Mewujudkan hunian hasanah dengan rasa tenang sesuai syaria'ah. Dengan prinsip jual beli (*Murabahah*), Griya iB Hasanah memberikan pembiayaan pemilikan rumah, ruko, kavling siap bangun, pembangunan dan renovasi rumah serta pembelian rumah inden. Keunggulannya adalah

rasa tentram dan tenang karena dengan pembiayaan syariah terhindari dari transaksi yang ribawi. Selama masa pembiayaan, besarnya angsuran tetap dan tidak berubah sampai pembiayaanya lunas. Adapun uang muka cukup ringan dan dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun.

b) Flexi iB Hasanah

Pembiayaan serbaguna dengan syarat mudah dan ringan, fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan perusahaan/lembaga instansi, perjalanan ibadah umroh, traveling, pernikahan dan lain-lain. Keunggulan yang didapatkan jika maksimal pembiayaan yang diberikan sampai dengan 100 juta, jangka waktu sampai dengan 5 tahun, margin kompetitif, dan angsuran tetap sampai lunas.

c) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan perusahaan/lembaga instansi/ atau professional untuk pembelian barang dengan angsuran berupa fixed asset.

d) Pembiayaan Haji iB Hasanah

Pembiayaan Haji iB Hasanah dengan fasilitas pengurusan pendaftaran ibadah haji melalui penyediaan talangan setoran awal. Biaya penyelenggaraan ibadah haji

(BPHI) untuk menciptakan produk haji yang ditentukan oleh departemen agama.

e) Pembiayaan Emas iB Hasanah

Pembiayaan Emas iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin setiap bulanya.

2. Deskriptif Data Responden

a. Deskriptif Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah produk tabungan di PT. Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram. Berikut ini adalah deskripsi mengenai jumlah data responden dan identitas responden penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan.

1) Deskriptif berdasarkan jenis kelamin responden

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	53,0	53,0	53,0
	Perempuan	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah produk tabungan PT Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram yang diambil sebagai sampel

menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 53 orang atau 53%. Sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 47 orang atau 47%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah produk tabungan PT Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram yang di ambil sebagai responden adalah laki-laki.

2) Karakteristik berdasarkan usia responden

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	80	80,0	80,0	80,0
	26-35	17	17,0	17,0	97,0
	36-45	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui tentang usia responden atau nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang diambil sebagai sampel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 17-25 tahun sebanyak 80 orang atau 80%, responden berusia 26-35 sebanyak 17 Orang atau 17%, dan responden yang berusia 36-45 sebanyak 3 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram berusia 17-25 tahun.

3) Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir responden

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/ sederajat	56	56,0	56,0	56,0
	Diploma	18	18,0	18,0	74,0
	S1/S2/Sederajat	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden produk tabungan di PT Bank BNI syariah Kantor Cabang Mataram yang di ambil sebagai sampel, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan pendidikan terakhirnya SMA/Sederajat 56 orang atau 56%, Diploma sebanyak 18 orang atau 18%, dan S1/S2/Sederajat sebanyak 28 orang atau 28%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram pendidikan terakhirnya adalah SMA/ sederajat.

4) Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	56	56,0	56,0	56,0
	Ibu rumah tangga	3	3,0	3,0	59,0
	Pegawai negeri	6	6,0	6,0	65,0
	Wirausaha	12	12,0	12,0	77,0
	Lainnya	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas diketahui pekerjaan nasabah pemilik produk tabungan di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang diambil sebagai responden adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 56 orang atau 56%, ibu rumah tangga sebanyak 3 orang atau 3%, pegawai negeri sebanyak 6 orang atau 6%, wirausaha sebanyak 12 orang atau 12%, dan lainnya sebanyak 23 orang atau 23%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram berkerja sebagai pelajar/mahasiswa.

5) Karakteristik berdasarkan penghasilan perbulan responden

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 1.000.000	37	37,0	37,0	37,0
	Rp 1.000.000- Rp 3.000.000	25	25,0	25,0	62,0
	Rp 3.000.000- Rp 5.000.000	12	12,0	12,0	74,0
	Lainnya	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari penghasilan perbulan nasabah pemilik produk tabungan di PT Bank BNI Syariah kantor Cabang Mataram yang diambil sebagai responden adalah <Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 37 orang atau 37%, penghasilan Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 25 orang atau 25%,

penghasilan Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 sebanyak 12 orang atau 12%, dan penghasilan lainnya sebanyak 26 orang atau 26%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram memiliki penghasilan <Rp 1.000.000.

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besar df dapat dihitung $100-2$ atau $df = 98$ dengan α 0,05 di dapat r tabel 0,1966. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Variabel Kualitas Produk (X1)	X1.1	0.819	0.1966	Valid
	X1.2	0.774	0.1966	Valid
	X1.3	0.803	0.1966	Valid
	X1.4	0.754	0.1966	Valid
	X1.5	0.779	0.1966	Valid
Variabel Kualitas Pelayanan(X)	X2.1	0.729	0.1966	Valid
	X2.2	0.771	0.1966	Valid
	X2.3	0.763	0.1966	Valid
	X2.4	0.823	0.1966	Valid
	X2.5	0.794	0.1966	Valid
	X2.6	0.811	0.1966	Valid

	X2.7	0.807	0.1966	Valid
	X2.8	0.774	0.1966	Valid
	X2.9	0.745	0.1966	Valid
	X2.10	0.756	0.1966	Valid
	X2.11	0.770	0.1966	Valid
	X2.12	0.797	0.1966	Valid
	X2.13	0.777	0.1966	Valid
	X2.14	0.445	0.1966	Valid
	X2.15	0.749	0.1966	Valid
Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0.883	0.1966	Valid
	Y2	0.872	0.1966	Valid
	Y3	0.835	0.1966	Valid

Sumber Data: Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung > untuk masing-masing item lebih besar dari pada r tabel dan bernilai positif untuk 100 responden dengan α 0,05 didapat r tabel sebesar 0.1966, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan nasabah (Y) adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun pengujiannya menggunakan metode Cronbach's Alpha, dimana dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas⁷³

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	5 Item	0.845	Reliabel
X2	15 Item	0.945	Reliabel
Y	3 Item	0.803	Reliabel

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas produk sebesar 0.845, variabel kualitas pelayanan sebesar 0.945, dan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kepuasan nasabah sebesar 0.803, maka dapat dikatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel lebih besar dari 0.6 dan dinyatakan reliabel.

Dengan demikian, nilai hitung ketiga variabel dinyatakan reliabel dan kuesioner dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data. Jadi dari hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut dapat menunjukkan bahwa data tersebut valid dan reliabel.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji Normalitas residual adalah *Statistic Parametric Kolmogorov smirnov*. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika nilai signifikansi lebih

⁷³ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

besar dari 0.05 atau 5%, maka nilai residual berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 atau 5%, maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Tabel 4.8
Uji Normalitas Data⁷⁴

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,30550550
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,094
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		,936
Asymp. Sig. (2-tailed)		,345

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Output SPSS v20*

Berdasarkan hasil uji normalitas data yang di nyatakan pada tabel 4.8 diatas diketahui dari hasil pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,345 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik adalah nol multikolinier. Analisis ini

⁷⁴ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

ditentukan oleh besarnya nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* tidak kurang dari 0,1. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS 20 For Windows didapatkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* untuk masing-masing variabel bebas pada tabel di berikut:

Tabel 4. 9
Uji Multikolinieritas⁷⁵
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,373	1,119		3,908	,000		
	kualitas produk	,230	,068	,379	3,383	,001	,552	1,812
	kualitas pelayanan	,049	,022	,245	2,184	,031	,552	1,812

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : *Output SPSS v20*

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.9 di atas menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak terdapat multikolinieritas.

⁷⁵ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

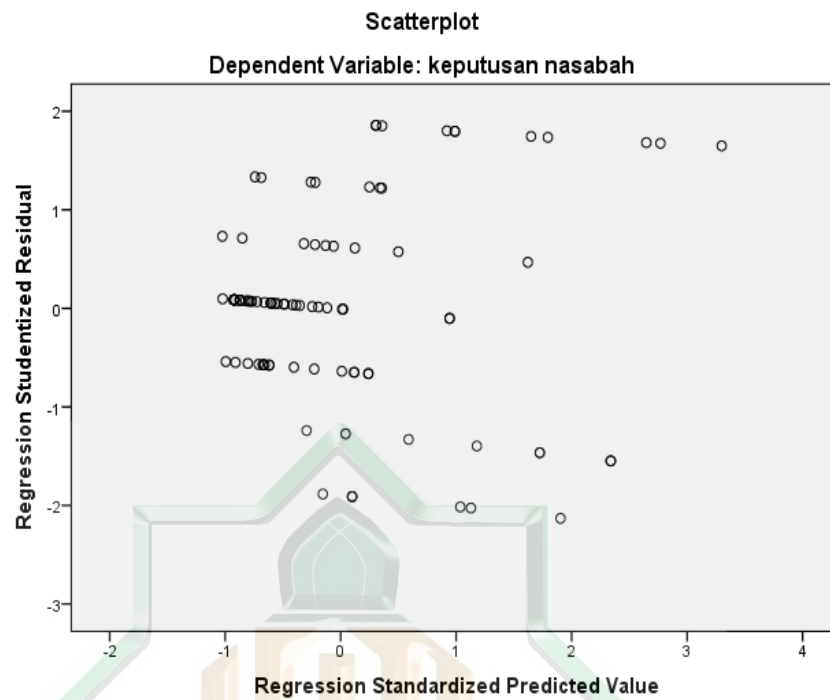
3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah No. heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu antara Y yang di prediksi dengan residual.

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan di *SPSS 20 For Windows* didapatkan kurva pengujian heteroskedastisitas seperti terlihat

pada gambar di bawah ini:



Berdasarkan hasil gambar grafik di atas antara sumbu Y (nilai Y yang di prediksi) dan sumbu X (nilai residual) menunjukkan pola yang tidak jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y secara tidak teratur, sehingga tidak terjadinya heteroskedastisitas.

4) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Variabel terikat

X₁ : Variabel bebas pertama

X₂ : Variabel bebas kedua

a, b₁ dan b₂ : Konstanta

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

Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS 20 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda⁷⁶

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,373	1,119		3,908	,000
	kualitas produk	,230	,068	,379	3,383	,001
	kualitas pelayanan	,049	,022	,245	2,184	,031

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 di atas diperoleh nilai konstanta sebesar 4.373, sedangkan nilai koefisien regresi kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.230 dan 0.049 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), maka nilai kepuasan nasabah bertambah 0.230 dan 0.049. koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif dalam

⁷⁶ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

hal ini persamaan regresi linearnya yang berbentuk sebagai berikut

:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 4.373 + 0.230x_1 + 0.049x_2 + e$$

Ket:

X = Variabel Bebas (Kualitas Produk (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2)

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Nasabah)

Persamaan regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk melihat sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Berdasarkan tabel diatas analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan SPSS v20 dalam menganalisis, nilai a sebesar 4.373 dan nilai b1 dan b2 sebesar 0.230 dan 0.049 dan persamaan regresinya adalah $Y = 4.373 + 0.230x_1 + 0.049x_2 + e$. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa *coficient constant* yang dihasilkan sebesar 4.373 dan variabel X1,X2 adalah 0.230 dan 0.049 yang berarti bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram.

b. Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan alat ukur statistik SPSS versi 20 didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.11

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,328	,314	1,319

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

Berdasarkan hasil uji koefisien deretminasi pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai koefisien determinasinya adalah sebesar 0,328. Hal ini menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel kepuasan nasabah menabung (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 32,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung adalah sebesar 32.8% , sisanya 67.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

2) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Anova⁷⁷

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,260	2	41,130	23,645	,000 ^b
	Residual	168,730	97	1,739		
	Total	250,990	99			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

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

Berdasarkan hasil analisis uji F pada tabel 4.12 di atas diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 23.645 dan f_{tabel} sebesar 3.09 dengan nilai sig 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($23.645 > 3.09$) dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama

⁷⁷ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah untuk menabung.

3) Uji Parsial (T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai thitung $>$ ttabel, berarti menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan aman secara parsial atau individual mempengaruhi kepuasan nasabah.
- b) Nilai thitung $<$ ttabel, berarti menerima H_0 dan menolak H_a yang berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial atau individual tidak mempengaruhi kepuasan nasabah menabung. Hasil uji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada tabel 4.36 berikut:

Tabel 4.13
Coefficients⁷⁸

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4,373	1,119		3,908	,000		
	kualitas produk	,230	,068	,379	3,383	,001	,552	1,812
	kualitas pelayanan	,049	,022	,245	2,184	,031	,552	1,812

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Data menggunakan software *spss* v.20

Berdasarkan nilai yang diperoleh pada tabel *coeffisien* di atas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menabung di PT BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram. Dari hasil uji t pada tabel diatas, untuk kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menabung menunjukkan nilai t-hitung 3,383 dengan t-tabel 1,984. Maka dapat disimpulkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,383 > 1,984$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y). Variabel kualitas produk merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

⁷⁸ Data diolah menggunakan SPSS v20 tanggal 1 Juni 2020.

b) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di PT BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Dari hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai t-hitung dari variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 2.184 sedangkan nilai t-tabel yang diperoleh sebesar 1.984 dengan taraf signifikansi 5% dengan demikian diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.184 > 1.984$) dengan tingkat signifikansi 0.031. maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Variabel kualitas pelayanan merupakan variabel bebas yang benar-benar memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk tabungan dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan penyebaran angket/kuesioner.

observasi awal yang dilakukan peneliti dengan Bapak Lalu Tomimi Irwandi selaku Sales Assistant di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram semata-mata dilakukan untuk mengetahui secara tepat dan akurat mengenai produk-produk tabungan dan pelayanan di Bank BNI Syariah

Kantor Cabang Mataram. Berdasarkan hasil observasi awal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa menurut Bapak Lalu Tomimi Irwandi, produk dan pelayanan yang ada di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram sudah sangat baik. Karena Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram adalah Bank yang sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat sebagai Bank yang unggul dalam layanan kepada nasabahnya.⁷⁹

Hasil dari observasi awal diatas diperkuat dengan penyebaran angket/kuesioner yang telah diisi oleh nasabah pemilik produk tabungan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram. Dari hasil penyebaran angket peneliti melihat bahwa dari setiap pertanyaan per indikator dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang di isi oleh nasabah pemilik produk tabungan dengan skor terbanyak 71.0% untuk kualitas produk, 80.0% untuk variabel kualitas pelayanan dan skor terbanyak yang dicapai oleh variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 70,0% dengan kategori (S = SETUJU).

Dari hasil penyebaran angket di atas peneliti melakukan beberapa uji untuk menganalisis data tersebut yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, uji regresi linier berganda, uji simultan dan uji parsial (t).

Dari hasil uji validitas kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang telah di olah dengan menggunakan SPSS v20 di

⁷⁹ Lalu Tomimi Irwandi, *Observasi Awal*, Mataram 14 April 2020

dapat kesimpulan bahwa semua item soal dinyatakan valid. Karena r_{hitung} (*pearson correllation*) $>$ r_{tabel} 0,196. Sedangkan dari hasil uji reliabilitas kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dinyatakan reliabel. Dapat dilihat dari nilai hasil *Cronbach Alpa* Kualitas produk sebesar 0.845, untuk Kualitas pelayanan sebesar 0.945 dan nilai hasil *Cronbach Alpa* untuk Kepuasan nasabah sebesar 0.803. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpa* untuk ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0.6 dan dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas data kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan metode *One-Sampel Kolmogrof Smirnov Test* telah dinyatakan normal, hal itu terbukti dari hasil olah data yang menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 ($0.345 > 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Scatterplot* telah dinyatakan normal, hal ini terbukti dari hasil olah data yang menunjukkan bahwa pola yang tidak jelas serta titik-titik menyebar diatas, sehingga dapat dikatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas atau bebas multikolonieritas. Hal ini dilihat dari masing-masing variabel independen memiliki nilai *VIF* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0.1, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak terdapat multikolonieritas.

Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan $Y = 4.373 + 0.230X_1 + 0.049X_2 + e$ mempunyai makna bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram.

Dari hasil uji koefisien determinasi yang dilihat dari tabel *Model Summary* dapat dikatakan bahwa besar koefisien determinasi untuk variabel kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah sebesar 0.328 atau 32.8% dan sisanya 67.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Berdasarkan hasil uji simultan F diperoleh nilai F_{hitung} 23.645 lebih besar dari F_{tabel} 3.09 dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah menabung. Sedangkan berdasarkan hasil olahan uji t dengan menggunakan SPSS v20 diketahui nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} untuk masing-masing variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan yaitu sebesar $3.383 > 1.984$ dan $2.184 > 1.984$ dengan tingkat signifikansi 0.000, 0.001, 0.03. Dapat dikatakan bahwa hubungan dari kualitas produk dan pelayanan dengan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan sehingga apabila setiap terjadi peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan akan menambah kepuasan nasabah menabung. Oleh karena itu hipotesis penelitian teruji atau H_a diterima dan H_0 ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram mengenai pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram, maka dapat ditarik kesimpulan. Bahwa dari hasil analisis uji t di tabel *coefficient* yang di hitung dengan menggunakan SPSS v20 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram.

Hasil penelitian dari tabel model *summary* yang di olah SPSS v20 bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*), sebesar 0,328 artinya bahwa kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang di berikan oleh Bank BNI Syariah KC Mataram berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk menabung. Pengaruhnya sebesar 32.8% dan sisanya 67.2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di sajikan maka penulis menyampaikan saram-saran yang kiranya dapat memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait untuk penelitian selanjutnya.

- a. Bagi Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, selalu mempertahankan kualitas produk supaya nasabah tetap mempercayakan kualitas produk pada perusahaan tersebut. Hal ini bila terus ditingkatkan serta dijaga akan menambah kepercayaan nasabah untuk tetap menabung pada perusahaan tersebut.
- b. Bagi Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram, supaya mempertahankan kualitas pelayanan terutama dari segi *Responsive* (ketanggapan) dan *Assurance* (jaminan) karena kedua hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan bila terus ditingkatkan faktor pelayanan tersebut dipastikan tingkat keputusan nasabah menabung dapat meningkat sangat baik.

DAPTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka publisher, 2009.
- Ali Mahmudi, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2015.
- Amalia Damar Asri, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank BRI Syariah di Surabaya*, Artikel Ilmiah Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, surabaya, 2015.
- Azka Al Afifah, *Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabnag Simpang Patal Palembang*, Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2016.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, 2015.
- Dian Fitri Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Griya iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2018.
- Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Falentina K.G. Rani, *Pengaruh Integritas Kompetensi dan Profesionalisme Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Akuntansi Pada PT. Bank Mandiri Tbk Manado*, Jurnal Akuntansi Unsrat, 2018.
- Hayatun Nisa, *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Melalui Agen laku Pandai BTPN Wow di PT BTPN Syariah Cabang Mataram*, Skripsi UIN Mataram, 2019.
- <http://www.bnisyariah.co.id.Awards>.
- Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 3*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Prenhallindo, 1997.
- Kotler Philip dan G.Amstrong, *Marketing An Introduction*, Global Edition, Penerbit: Pearson 2011.
- Lalu Tomimi Irwandi, *Observasi Awal di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram*, 2020.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- QS, Al Baqarah [267]: 2.
- Santi Budi Utami, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen Cabang Yogyakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta, 2013.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Stefhanie Sahanggamu, *Analisi Kualitas Pelayanan Servicescape dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas Bitung*, Jurnal EMBA, 2015.
- Sudarso Adriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta Deepublic. 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sugiyono, *Statistik Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suharydi, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Suliyanto, *ekonometrika terapan....*, hlm 212.

Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Pranadamedia Group, 2011.

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram*, Mataram: UIN Mataram, 2020.

Tjipto Fandy, *Pemasaran jasa*, Malang: Penerbit Bayu Media Publising, 2008.

Tjiptono Fandy, *Service Quality And Saticfaction*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011.

Tjoptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012.

Vioni Dwi Afriana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2018.

www.academia.edu, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*.

www.repo.iaintulungagung.ac.id, Skripsi.



Perpustakaan UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1.

**KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BANK
BNI SYARIAH KANTOR CABANG MATARAM**

Kepada Yth,
Nasabah Bank BNI Syari'ah
Di Mataram

Dengan Hormat,
Bersama ini saya

Nama : Ana Mariani
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
NIM : 160 205 100

Sedang mengadakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram". Untuk keperluan tersebut saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/Ibu/Saudara/i rasakan terhadap kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan di PT. Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Mataram.

Semoga partisipasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya peningkatan nasabah untuk menabung. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Ana Mariani
160.205.100

Petunjuk pengisian:

Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. No. Responden :
3. Jenis Kelamin : laki-laki
 perempuan
4. Usia saat ini : 17 s.d 25
 26 s.d 35
 36 s.d 45
 >45
5. Pendidikan terakhir : SMA/ Sederajat
 Diploma
 S1/S2/Sederajat
 Tidak sekolah
6. Pekerjaan saat ini : Pelajar/ Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga
 Pegawai negeri
 Wirausaha
 Lainnya
7. Penghasilan perbulan : <Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 Rp 3.000.000- Rp 5.000.000
 lainnya

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah penilaian sesuai dengan hal-hal yang Bapak/Ibu/Saudara/i rasakan. Pilihlah dan beri tanda cek mark () pada kolom yang tersedia.

Alternatif jawaban terdiri dari:

Sangat setuju : SS

Setuju : S

Netral : N

Tidak setuju : TS

Sangat tidak setuju : STS

Adapun skor dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

1. Jawaban sangat setuju :5
2. Jawaban setuju :4
3. Jawaban netral :3
4. Jawaban tidak setuju :2
5. Jawaban sangat tidak setuju :1

A. Kuesioner Kualitas Produk Tabungan

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Produk tabungan di BNI Syari'ah memiliki kualitas yang bagus					
2.	Fitur yang disediakan pada produk tabungan di BNI Syari'ah bervariasi sehingga mendorong nasabah menabung					
3.	Produk tabungan di BNI Syari'ah sesuai dengan kebutuhan					
4.	Produk tabungan di BNI Syari'ah terjamin keamanannya					
5.	Produk-produk tabungan di BNI Syari'ah sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah					

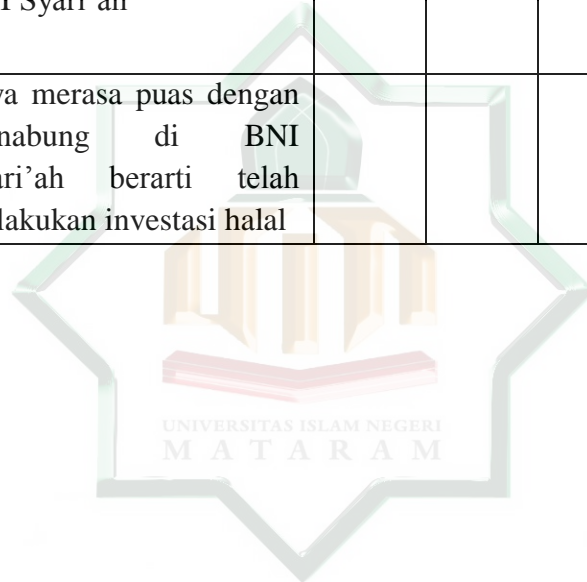
B. Kuesioner Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan berpenampilan rapi dan profesional					
2.	Ketersediaan ruang tunggu yang bersih dan nyaman					
3.	Brosur dan fasilitas lainnya tertata dengan rapi					
4.	Karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya					
5.	Karyawan memiliki kompetensi/ kemampuan dan profesional dalam melayani nasabah					

6.	Dalam memberikan pelayanan, karyawan tidak membedakan status sosial					
7.	Jenis layanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah					
8.	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan nasabah					
9.	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan/masalah nasabah					
10.	Karyawan menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya					
11.	Karyawan selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang dilakukan kurang baik dalam melaksanakan tugasnya					
12.	Karyawan siap membantu nasabah apabila mengalami kesulitan					
13.	Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan nasabah					
14.	Nasabah merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi					
15.	Karyawan memberikan perhatian penuh kepada nasabah					

C. Kuesioner Kepuasan Nasabah

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan promosi yang dilakukan BNI Syari'ah					
2.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan BNI Syari'ah					
3.	Saya merasa puas dengan menabung di BNI Syari'ah berarti telah melakukan investasi halal					



Perpustakaan UIN Mataram

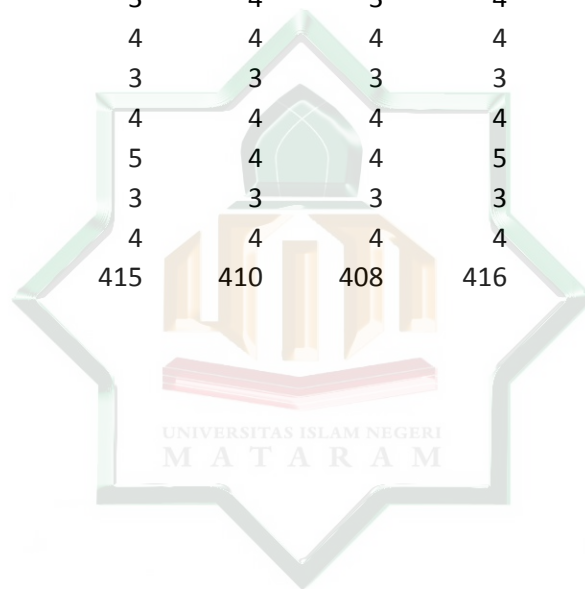
Lampiran 2

Hasil angket variabel X1 (kualitas produk)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	4	4	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	4	4	4	21
9	4	3	4	4	4	19
10	4	4	4	4	4	20
11	4	3	3	4	3	17
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	3	4	5	4	3	19
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	5	4	20
17	5	5	4	3	4	21
18	2	4	4	4	3	17
19	4	3	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	3	4	4	20
24	4	4	5	5	5	23
25	5	3	5	5	4	22
26	5	5	4	4	4	22
27	5	4	5	4	4	22
28	5	5	5	4	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	4	3	4	3	4	18
33	5	5	5	5	5	25
34	5	4	4	5	4	22
35	4	5	4	4	4	21
36	4	5	4	4	4	21
37	4	4	4	4	4	20
38	4	5	4	5	5	23
39	4	5	4	5	5	23
40	4	4	4	4	4	20

41	5	5	4	5	4	23
42	4	4	5	5	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	3	4	5	20
45	4	4	3	4	5	20
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	4	5	24
48	4	3	3	5	5	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	3	3	4	4	18
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	5	5	22
53	5	3	4	4	5	21
54	5	4	4	4	4	21
55	4	4	4	4	4	20
56	5	4	4	5	3	21
57	4	4	4	5	4	21
58	4	4	5	4	5	22
59	4	4	4	4	4	20
60	4	3	3	4	3	17
61	4	4	3	3	3	17
62	4	4	4	3	4	19
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	4	4	5	23
66	4	4	4	3	5	20
67	4	4	4	4	5	21
68	4	4	4	4	5	21
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	4	5	24
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	3	4	3	3	4	17
77	5	5	5	5	5	25
78	4	4	4	3	4	19
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	3	3	3	3	3	15
83	3	4	3	4	4	18

84	3	4	4	4	4	19
85	3	4	4	3	3	17
86	4	4	4	4	1	17
87	2	3	3	3	3	14
88	4	4	4	5	4	21
89	4	3	3	4	4	18
90	3	3	4	3	3	16
91	4	5	5	4	4	22
92	4	4	4	4	4	20
93	3	3	3	4	4	17
94	3	4	3	4	4	18
95	4	4	4	4	4	20
96	3	3	3	3	3	15
97	4	4	4	4	4	20
98	5	4	4	5	4	22
99	3	3	3	3	3	15
100	4	4	4	4	4	20
	415	410	408	416	417	2066



Perpustakaan UIN Mataram

40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
41	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
42	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	65
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
44	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	65
45	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	65
46	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	65
47	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	67
48	5	4	3	5	2	3	2	5	3	5	3	5	4	3	3	55
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
50	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	50
51	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
52	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	67
53	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64
54	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	62
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
58	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	58
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	3	4	4	53
61	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	48
62	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	52
63	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	50
64	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	54
65	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	52
66	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	5	3	52
67	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	53
68	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	48
69	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	3	53
70	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	5	3	55
71	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	3	52
72	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	3	54
73	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	3	54
74	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	5	3	50
75	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	5	3	54
76	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	49
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74
78	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	44
79	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	45
80	4	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	2	48
81	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61

82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
83	3	4	3	2	2	3	3	1	4	3	1	3	4	5	3	44
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
85	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	2	5	4	3	1	57
86	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	66
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
89	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	52
90	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	52
91	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	55
92	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	51
93	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	55
94	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	55
95	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	53
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	68
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
	391	393	387	396	395	397	383	384	404	409	394	399	377	413	379	5901

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

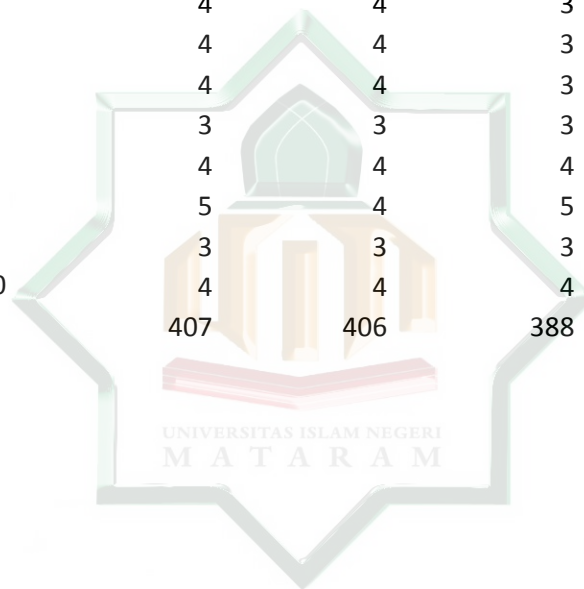
Perpustakaan UIN Mataram

Hasil Angket Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No.	Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL	
1		4	4	4	12
2		4	4	4	12
3		4	4	4	12
4		5	5	5	15
5		4	4	4	12
6		5	5	4	14
7		3	4	3	10
8		4	4	4	12
9		3	4	4	11
10		4	4	4	12
11		4	3	3	10
12		4	4	4	12
13		3	4	3	10
14		4	4	3	11
15		4	4	4	12
16		4	4	4	12
17		5	3	3	11
18		3	4	4	11
19		4	4	4	12
20		4	4	4	12
21		3	4	3	10
22		4	4	4	12
23		4	3	3	10
24		4	5	4	13
25		5	4	4	13
26		4	4	4	12
27		4	4	4	12
28		5	5	4	14
29		5	5	4	14
30		5	4	4	13
31		4	5	5	14
32		4	4	4	12
33		5	5	5	15
34		4	4	4	12
35		4	3	4	11
36		4	3	4	11
37		4	4	4	12
38		4	3	3	10
39		4	3	3	10
40		4	4	4	12

41	5	5	5	15
42	5	5	4	14
43	5	5	5	15
44	4	4	3	11
45	4	4	3	11
46	4	5	5	14
47	5	5	5	15
48	3	3	3	9
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	5	3	12
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	5	4	4	13
57	4	4	4	12
58	5	5	3	13
59	4	4	4	12
60	3	3	3	9
61	4	3	4	11
62	4	4	3	11
63	4	4	4	12
64	5	4	4	13
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	4	4	4	12
68	5	5	5	15
69	4	4	4	12
70	5	5	5	15
71	5	5	5	15
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	5	5	5	15
75	4	4	4	12
76	3	4	4	11
77	5	5	5	15
78	3	4	4	11
79	4	4	4	12
80	3	4	4	11
81	4	5	4	13
82	3	3	3	9

83	3	3	4	10
84	4	4	4	12
85	5	5	5	15
86	4	4	4	12
87	3	3	3	9
88	4	4	4	12
89	4	4	4	12
90	4	5	4	13
91	5	5	3	13
92	4	3	3	10
93	4	4	3	11
94	4	4	3	11
95	4	4	3	11
96	3	3	3	9
97	4	4	4	12
98	5	4	5	14
99	3	3	3	9
100	4	4	4	12
	407	406	388	1201



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,546**	,564**	,550**	,546**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,546**	1	,598**	,398**	,502**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,564**	,598**	1	,538**	,475**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,550**	,398**	,538**	1	,501**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	,546**	,502**	,475**	,501**	1	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
skor_total	Pearson Correlation	,819**	,774**	,803**	,754**	,779**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,525**	,529**	,504**	,650**	,565**	,590**	,615**	1	,509**	,688**	,545**	,651**	,602**	,163	,527**	,774**
item_8	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,105	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,472**	,571**	,616**	,487**	,580**	,578**	,729**	,509**	1	,452**	,481**	,598**	,590**	,449**	,411**	,745**
item_9	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,541**	,515**	,411**	,613**	,550**	,518**	,517**	,688**	,452**	1	,620**	,751**	,615**	,016	,632**	,756**
item_10	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,876	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,527**	,429**	,513**	,576**	,619**	,685**	,518**	,545**	,481**	,620**	1	,702**	,471**	,222*	,723**	,770**
item_11	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,027	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,482**	,481**	,465**	,619**	,569**	,647**	,569**	,651**	,598**	,751**	,702**	1	,644**	,190	,593**	,797**
item_12	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,059	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,501**	,618**	,511**	,596**	,524**	,561**	,664**	,602**	,590**	,615**	,471**	,644**	1	,288**	,596**	,777**
item_13	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,004	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,295**	,355**	,492**	,326**	,273**	,418**	,392**	,163	,449**	,016	,222*	,190	,288**	1	,280**	,445**
item_14	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,001	,006	,000	,000	,105	,000	,876	,027	,059	,004		,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,445**	,471**	,434**	,532**	,575**	,702**	,461**	,527**	,411**	,632**	,723**	,593**	,596**	,280**	1	,749**
item_15	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,005		,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
skor_total	Pearson Correlation	,729**	,771**	,763**	,823**	,794**	,811**	,807**	,774**	,745**	,756**	,770**	,797**	,777**	,445**	,749**		1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)
Correlations

		item_1	item_2	item_3	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,604**	,515**	,833**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,604**	1	,607**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,515**	,607**	1	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
skor_total	Pearson Correlation	,833**	,872**	,835**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 4

(Uji Reliabilitas SPSS)

Kualitas produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	5

Kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	15

Kepuasan nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	3

Lampiran 5

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,30550550
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,094
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		,936
Asymp. Sig. (2-tailed)		,345

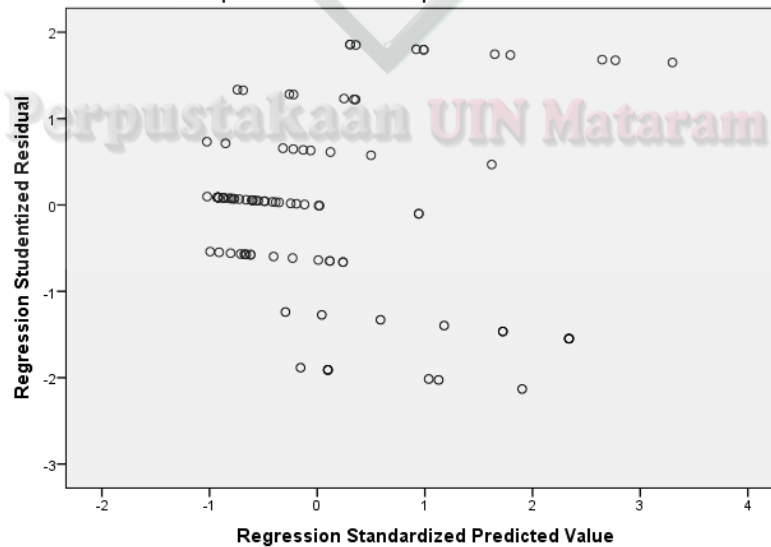
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: keputusan nasabah



Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas_produk	,538	1,860
	kualitas_pelayanan	,538	1,860

a. Dependent Variabel: keputusan_nasabah

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,373	1,119		3,908	,000		
	kualitas_produk	,230	,068	,379	3,383	,001	,552	1,812
	kualitas_pelayanan	,049	,022	,245	2,184	,031	,552	1,812

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Lampiran 6

Uji Hipotesis
Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,328	,314	1,319

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

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,260	2	41,130	23,645	,000 ^b
	Residual	168,730	97	1,739		
	Total	250,990	99			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

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

Uji Parsial (T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,373	1,119		3,908	,000		
	kualitas produk	,230	,068	,379	3,383	,001	,552	1,812
	kualitas pelayanan	,049	,022	,245	2,184	,031	,552	1,812

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Lampiran 7

Deskriptif Variabel Responden

a. Variabel kualitas produk (X1)

1. Produk tabungan di BNI Syariah memiliki kualitas yang bagus

Tabel

Pernyataan X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	11	11,0	11,0	13,0
	S	57	57,0	57,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

2. Fitur yang disediakan pada produk tabungan di BNI Syariah bervariasi sehingga mendorong nasabah menabung

Tabel

Pernyataan X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	17,0	17,0	17,0
	S	56	56,0	56,0	73,0
	SS	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

3. Produk tabungan di BNI Syariah sesuai dengan kebutuhan

Tabel

Pernyataan X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	17,0	17,0	17,0
	S	58	58,0	58,0	75,0
	SS	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

4. Produk tabungan di BNI Syariah terjamin keamanan

Tabel

Pernyataan X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13,0	13,0	13,0
	S	58	58,0	58,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

5. Produk-produk tabungan di BNI Syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

Tabel

Pernyataan X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	N	12	12,0	12,0	13,0
	S	55	55,0	55,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

b. Variabel kualitas pelayanan (X2)

1. Karyawan berpenampilan rapi dan profesional

Tabel

Pernyataan X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	26,0	26,0	26,0
	S	57	57,0	57,0	83,0
	SS	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

2. Ketersediaan ruang tunggu yang bersih dan nyaman

Tabel
Pernyataan X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	25,0	25,0	25,0
	S	57	57,0	57,0	82,0
	SS	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

3. Brosur dan fasilitas lainnya tertata dengan rapi

Tabel
Pernyataan X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	26,0	26,0	26,0
	S	61	61,0	61,0	87,0
	SS	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

4. Karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya

Tabel
Pernyataan X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	23	23,0	23,0	24,0
	S	55	55,0	55,0	79,0
	SS	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

5. Karyawan memiliki kompetensi/ kemampuan dan profesional dalam melayani nasabah

Tabel

Pernyataan X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	23	23,0	23,0	25,0
	S	53	53,0	53,0	78,0
	SS	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

6. Dalam memberikan pelayanan, karyawan tidak membedakan status sosial

Tabel

Pernyataan X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	22	22,0	22,0	22,0
	S	59	59,0	59,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

7. Jenis layanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah

Tabel

Pernyataan X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	35	35,0	35,0	36,0
	S	44	44,0	44,0	80,0
	SS	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

8. Karyawan selalu mengutamakan kepentingan nasabah

Tabel

Pernyataan X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	N	27	27,0	27,0	31,0
	S	49	49,0	49,0	80,0
	SS	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

9. Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan/ masalah nasabah

Tabel

Pernyataan X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	16,0	16,0	16,0
	S	64	64,0	64,0	80,0
	SS	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

10. Karyawan menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya

Tabel

Pernyataan X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	22	22,0	22,0	23,0
	S	44	44,0	44,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

11. Karyawan selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang dilakukan kurang baik dalam melaksanakan tugasnya

Tabel
Pernyataan X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	N	24	24,0	24,0	26,0
	S	51	51,0	51,0	77,0
	SS	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

12. Karyawan siap membantu nasabah apabila mengalami kesulitan

Tabel
Pernyataan X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	25,0	25,0	25,0
	S	51	51,0	51,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

13. Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan nasabah

Tabel
Pernyataan X2.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	33	33,0	33,0	35,0
	S	51	51,0	51,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

14. Nasabah merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi

Tabel
Pernyataan X2.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	18,0	18,0	18,0
	S	51	51,0	51,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

15. Karyawan memberikan perhatian penuh kepada nasabah

Tabel
Pernyataan X2.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	4	4,0	4,0	5,0
	N	24	24,0	24,0	29,0
	S	57	57,0	57,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

c) Variabel kepuasan nasabah (Y)

1. Saya merasa puas dengan promosi yang dilakukan BNI Syariah

Tabel
Pernyataan Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	16,0	16,0	16,0
	S	61	61,0	61,0	77,0
	SS	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

2. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan BNI Syariah

Tabel
Pernyataan Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	17,0	17,0	17,0
	S	60	60,0	60,0	77,0
	SS	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

3. Saya merasa puas dengan menabung di BNI Syariah berarti telah melakukan investasi halal

Tabel
Pernyataan Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	26,0	26,0	26,0
	S	60	60,0	60,0	86,0
	SS	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Output SPSS v.20*

Lampiran 8

Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Penghasilan
1	2	1	1	1	1
2	2	1	1	1	1
3	2	1	1	1	4
4	2	1	1	5	4
5	2	1	1	1	4
6	2	1	1	1	1
7	2	1	1	1	4
8	2	2	1	1	4
9	2	1	1	1	4
10	1	1	3	1	3
11	1	1	1	1	1
12	2	1	1	1	1
13	1	1	3	1	4
14	2	1	1	1	1
15	2	1	1	1	1
16	2	1	1	1	1
17	1	1	1	1	2
18	2	1	3	1	1
19	1	2	3	5	2
20	1	1	1	1	4
21	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1
23	2	1	3	1	4
24	1	1	1	4	2
25	1	1	1	1	4
26	1	1	2	5	3
27	1	1	2	5	2
28	1	2	2	5	3
29	2	1	2	5	2
30	1	1	2	5	2
31	1	1	2	5	2
32	1	1	1	1	1
33	2	1	1	1	1
34	1	1	1	1	4
35	2	1	1	1	4
36	2	1	1	1	4
37	2	1	3	5	1
38	1	1	3	1	4

39	1	1	3	1	4
40	2	1	1	1	1
41	1	2	3	5	1
42	2	1	1	1	4
43	1	1	1	1	3
44	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1
46	2	1	2	4	1
47	2	1	2	4	4
48	1	2	1	5	3
49	2	1	1	1	1
50	1	1	1	1	2
51	2	1	1	1	1
52	2	1	2	5	3
53	2	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1
56	2	1	1	1	1
57	2	1	1	1	1
58	2	1	1	1	1
59	1	1	1	5	4
60	1	1	1	1	4
61	2	1	1	4	2
62	1	1	1	4	2
63	1	2	3	4	2
64	1	2	3	4	2
65	1	2	3	5	3
66	1	2	3	4	2
67	2	2	3	3	3
68	1	2	3	5	2
69	1	2	1	5	2
70	1	1	3	4	2
71	1	1	2	5	3
72	1	2	3	5	2
73	1	2	3	5	2
74	2	3	2	2	2
75	1	2	3	5	2
76	1	2	2	4	2
77	2	3	3	3	3
78	1	1	1	4	1
79	2	1	2	1	1
80	2	1	2	5	2

81	2	1	1	1	4
82	2	1	1	1	1
83	2	1	1	1	1
84	2	1	1	1	4
85	2	1	1	1	1
86	1	1	3	1	4
87	2	1	3	1	4
88	2	1	1	1	1
89	1	1	1	1	1
90	1	3	3	3	3
91	2	2	2	2	4
92	1	1	1	5	4
93	1	1	1	5	1
94	1	1	1	4	2
95	2	1	2	2	4
96	1	1	2	1	1
97	2	1	3	3	2
98	1	1	3	1	1
99	1	1	2	3	2
100	1	1	3	3	3

Keterangan:

1. Jenis kelamin

1= laki-laki

53

2= perempuan

47

2. Usia

1= 17-25

80

2= 26-35

17

3= 36-45

3

3. Pendidikan terakhir

1= SMA/Sederajat

56

2= Diploma

18

3= S1/S2/Sederajat

26

4. Pekerjaan

1= Pelajar/Mahasiswa

56

2= Ibu Rumah Tangga

3

3= Pegawai Negeri

6

4= Wirausaha

12

5= Lainnya

23

5. Penghasilan Per bulan

1= <Rp 1.000.000

37

2= Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

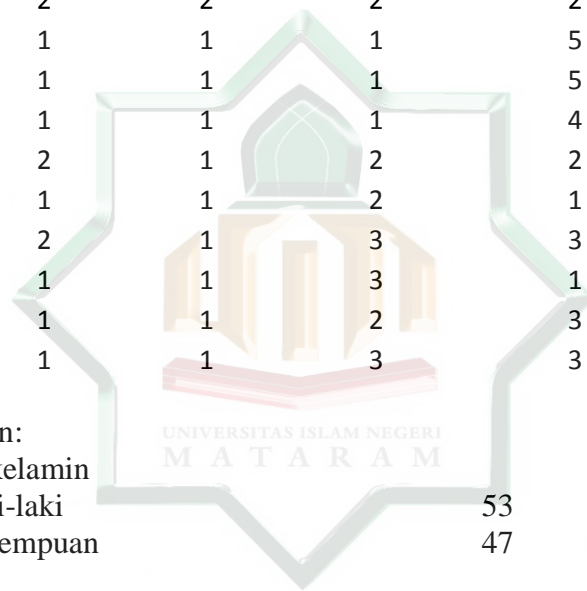
25

3= Rp 3.000.000- Rp 5.000.000

12

4= Rp lainnya

26



perpustakaan UIN Matararam

Mataram, 05 November 2019

Nomor : MTR/02/913
Hal : Persetujuan Izin Penelitian
Lamp : -

Kepada
Universitas Islam Negeri Mataram
Jl. Pendidikan No. 35 Mataram
Up: Ana Mariani

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

"Semoga bapak/ibu beserta seluruh staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT"

Menindak lanjuti surat permohonan saudara **No.1891/Un.12/FEBI/PP.00.9/10/2019** mengenai permohonan izin observasi penelitian untuk keperluan penyelesaian tugas skripsi, dengan ini kami sampaikan persetujuan untuk melaksanakan observasi penelitian skripsi dengan rincian sebagai berikut :

Nama : Ana Mariani
NIM : 160.205.100
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung

Hak Peneliti :

- Mendapatkan data-data yang diperlukan terkait penelitian tersebut selama mendapatkan izin BNI Syariah.

Kewajiban peneliti :

1. Memiliki rekening BNI syariah
2. Menunjukkan penampilan dan perilaku yang sesuai dengan aturan perusahaan selama berada dilingkungan BNI Syariah
3. Merahasiakan data dan informasi yang diperoleh dari BNI Syariah, kecuali untuk tujuan akademik
4. Melaporkan hasil Penelitian ke BNI Syariah
5. Agar menyampaikan surat pernyataan untuk tidak mempublikasikan hasil penelitian di BNI Syariah

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaroaktuh

PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Mataram



Far'an
Pgs. Operational Manager