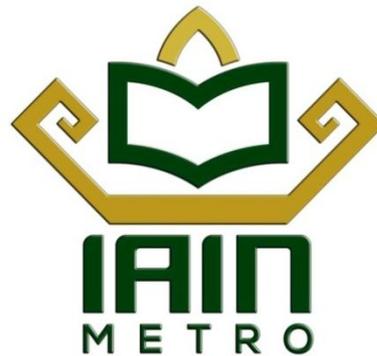


SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN SYARI'AH SEKAMPUNG

Oleh:

**YURIDIS ANANG NUR PAKSI
NPM. 1502100229**



**Jurusan : S-1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2020 M**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI
ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN
SYARI'AH SEKAMPUNG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

YURIDIS ANANG NUR PAKSI
NPM: 1502100229

Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, M. H.
Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan : S-1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Yuridis Anang Nur Paksi**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Yuridis Anang Nur Paksi**
NPM : 1502100229
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN
SYARI'AH SEKAMPUNG**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 Desember 2020

Pembimbing I,



Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK AMAN SYARI'AH SEKAMPUNG**

Nama : **Yuridis Anang Nur Paksi**

NPM : 1502100229

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 16 Desember 2020

Pembimbing I,



Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

HALAMAN PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 0576/In.28.3/D/PP.00.9/02/2021

Skripsi dengan Judul: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, Disusun oleh Yuridis Anang Nur Paksi, NPM: 1502100229, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/22 Desember 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Drs. Dri Santoso, M. H.	(.....)
Pembahas I	: Rina El Maza, S.H.I., M.S.I	(.....)
Pembahas II	: Zumaroh, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	: Aulia Ranny Priyatna M.E.Sy	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN SYARI'AH SEKAMPUNG

YURIDIS ANANG NUR PAKSI

NPM. 1502100229

Penelitian skripsi ini dilatar belakangi dengan semakin berkembangnya perekonomian di bidang syariah di Indonesia. Tidak sedikit saat ini lembaga keuangan yang ikut menerapkan prinsip syariah dalam pengembangan produknya salah satunya adalah Bank Aman Syari'ah Sekampung. Tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk yang dibarengi dengan penerapan Nilai Islam. Hal ini merupakan salah satu pengaruh utama agar nasabah merasa puas terhadap kinerja lembaga tersebut. Dengan menjaga kepuasan konsumen akan meningkatkan kelangsungan hubungan dengan konsumen lama dan terus membina konsumen baru. Tujuan dari penerapan Nilai Islam dan Kualitas Produk ini agar nasabah tetap setia memakai dan menikmati produk yang diberikan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket yang diisi oleh nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis.

Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,031, selanjutnya variabel penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung dengan tingkat signifikansi 0,019.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Penerapan Nilai Islam, Kepuasan Nasabah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YURIDIS ANANG NUR PAKSI

NPM : 1502100229

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka

Metro, 25 Januari 2021

Yang Menyatakan,



YURIDIS ANANG NUR PAKSI

NPM. 1502100229

MOTTO

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

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (QS Al-Nahl 16: 90).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Murah lagi Maha Asih, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Muhammad SAW. Dengan ketulusan dan kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Barindi dan Ibu Binti Ngafifah yang telah memberikan kasih sayang, mendoakan, memotivasi, dan berkorban yang tiada hentinya serta menanti dengan sabar atas keberhasilan studiku.
2. Saudara sekandung Adik Reza Firmando Alfarizi yang selalu mendoakan, memotivasi dan senantiasa memberi semangat untuk menyelesaikan studi.
3. Sahabat seperjuangan di IAIN Metro S1 – Perbankan Syari'ah. Terima kasih telah mendukung, saling mengingatkan serta mendoakan dalam penyusunan skripsi ini dan telah memberikan berbagai kenangan selama ini.
4. Keluarga Besar Vektor Sticker Metro. Terima kasih telah menerima saya menjadi bagian dari keluarga serta memberikan support hingga saat ini.
5. Bapak Drs. Dri Santoso, M. H. dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku dosen pembimbing. Terima kasih sebesar besarnya atas kesabaran, waktu, ilmu, pengarahan dan motivasi yang telah diberikan selama penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis mohon maaf atas segala perbuatan ataupun ucapan yang kurang berkenan di hati selama proses bimbingan.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

Penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung guna memperoleh gelar Serjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu, diantaranya:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspita Sari SE.Sy, ME.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Metro
4. Bapak Drs. Dri Santoso, M. H. selaku pembimbing I. Terima kasih atas segala arahan dan bimbingannya dan selalu meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan proposal ini. Semoga Allah SWT memberikan kebaikan dunia dan akhirat. Aamiin.
5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala arahan dan bimbingannya selama ini dan selalu meluangkan waktu ditengah-tengah

kesibukannya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan proposal ini.

Semoga Allah SWT memberikan jutaan kebaikan dunia dan akhirat. Aamiin.

6. Bapak/Ibu dosen IAIN Metro yang telah memberi ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan dan segenap Karyawan di Bank Aman Syari'ah Sekampung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan tidak lupa peneliti selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pendidikan Perbankan Syariah.

Metro, Januari 2021

Peneliti,



Yuridis Anang Nur Paksi

NPM. 1502100229

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
G. Penelitian Relevan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk.....	14
1. Pengertian Kualitas Produk	14
2. Pentingnya Kualitas Produk	15
3. Indikator Kualitas Produk	15
B. Penerapan Nilai Islam	21
1. Pengertian Nilai Islam	21
2. Prinsip-prinsip Perbankan Syariah	23
C. Kepuasan Nasabah	30
1. Pengertian Kepuasan Nasabah	30
2. Indikator Kepuasan Nasabah	31
3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah	37
D. Hipotesis Penelitian	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	43
B. Variabel Penelitian	45
1. Variabel Independen	45
2. Variabel Dependen	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi	46
2. Sampel Penelitian	46
D. Kisi – Kisi Instrumen	48

E. Instrumen Penelitian	50
F. Skala Pengukuran	51
G. Analisis Data	53
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
4. Uji Hipotesis	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Aman Syari'ah Sekampung	61
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung ...	61
2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah Lampung	62
3. Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah	63
B. Hasil Penelitian	65
1. Gambaran Umum Responden	65
2. Karakteristik Responden	65
C. Analisis Data	68
1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3. Uji Asumsi Klasik.....	74
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	78
5. Uji Hipotesis.....	81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 86

B. Saran..... 87

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan	2
Tabel 1.2 Pangsa Produk Pembiayaan	3
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen	48
Tabel 3.2 Pedoman Nilai Jawaban Keusioner.....	52
Tabel 4.1 Susunan Organisasi	64
Tabel 4.2 Hasil Responden	65
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian Kualitas Produk	69
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Penelitian Nilai Islam	70
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Penelitian Kepuasan Nasabah	70
Tabel 4.6 Uji Validitas	71
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk	73
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Nilai Islam	73
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah	74
Tabel 4.10 Uji Normalitas Data	75
Tabel 4.11 Keputusan Uji Normalitas Data	76
Tabel 4.12 Keputusan Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Asumsi Heterokedastisitas	78
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis (Uji F)	84
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Izin Research
3. Surat Tugas
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Bukti Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Alat Pengumpul Data (APD)
7. Tabulasi Hasil Angket
8. Data Uji Validitas dan Reliabilitas
9. Data Uji Normalitas Data
10. Uji Asumsi Klasik
11. Uji Regresi Berganda
12. Tabel Uji t dan f
13. Dokumentasi
14. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syari'ah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syari'ah dan unit usaha syari'ah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dalam bentuk titipan dan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerjasama usaha.¹

PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan yang berprinsip syariah yang mulai beroperasi sejak tanggal 30 Desember 2014. Bank Aman Syari'ah Sekampung dalam kegiatan operasionalnya melakukan 2 aktivitas utama, yaitu menghimpun dana dari nasabah lalu menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya yang berada di wilayah kecamatan Sekampung dan sekitarnya.²

Pertumbuhan jumlah nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung dari kurun waktu 3 tahun semakin meningkat dari sektor pembiayaan. Untuk itu

¹ Ongky Setio Kuncoro, "*Hukum Perbankan (Bagian IV) Bank Syari'ah*," <http://spocjournal.com/hukum/418-universitas-kartini-surabaya-hukum-perbankan-bagia=iv-bank-syari'ah.html>, diakses pada tanggal: 06 Oktober 2019.

² Hastuti Nina, "*Upaya Peningkatan Sdm di BPRS Aman Syariah Sekampung Terhadap Mutu Pelayanan Nasabah*", dalam <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/FINANSIA/article/view/1202>, diakses pada tanggal 09 Juni 2019.

dalam hal ini yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini adalah sektor pembiayaan, adapun pertumbuhan jumlah nasabah pembiayaan di Bank Aman Syari'ah Sekampung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan
Bank Aman Syari'ah Sekampung 2016-2018

Pertumbuhan Nasabah		
Tahun	Jumlah	Presentase
2017	712	32%
2018	735	33%
2019	792	35%

Sumber: *Dokumen RAT Bank Aman Syari'ah Sekampung tahun 2016, 2017 dan 2018*

Dari tabel diatas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung selama tiga tahun terakhir yaitu di tahun 2017-2019 mengalami peningkatan, pada tahun 2017 jumlah nasabah sebesar 712, tahun 2018 jumlah nasabah sebesar 735, dan di tahun 2019 jumlah nasabah sebesar 792.³

Produk pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Aman Syari'ah yaitu diantaranya, *Murabahah* (Jual Beli), *Mudharabah* (Bagi Hasil), *Musyarakah* (Bagi Hasil), *Ijarah Mumtahiya Bittamlik* (*Leasing*) serta *Hiwalah* (Talangan). Dari kelima produk pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung, akad pembiayaan yang sering digunakan oleh nasabah yakni akad

³ *Customer Service* Bank Aman Syari'ah Sekampung, *Wawancara*, pada tanggal 23 Desember 2019.

Murabahah. Hal tersebut didasarkan data yang diperoleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 1.2
Pangsa Produk pembiayaan di Bank Aman Syari'ah Sekampung Tahun 2019

Akad	2019
<i>Murabahah</i>	47,61%
<i>Mudharabah</i>	28,91%
<i>Musyarakah</i>	17,52%
<i>Ijarah Mumtahiya Bittamlik</i>	0,46%
<i>Hiwalah</i>	0,05%

Sumber: *Annual report Bank Aman Syari'ah Sekampung tahun 2018*

Dari tabel di atas bahwa setiap akad dan jumlah yang menggunakannya berbeda-beda. Pada tahun 2019 akad *Murabahah* merupakan akad yang banyak digunakan oleh nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung mencapai 47,61%, kemudian diikuti oleh pembiayaan *Mudharabah* dengan 28,91%, *Musyarakah* dengan 17,52%, *Ijarah Mumtahiya Bittamlik* dengan 0,46% serta *Hiwalah* dengan 0,05 %. Berdasarkan tabel di atas hal ini berarti *Murabahah* merupakan produk yang paling diminati nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung. Melihat fakta tersebut, penelitian ini mengarah pada eksplorasi tentang kualitas produk *Murabahah* dalam penerapan nilai syari'ah terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

Produk pembiayaan *Murabahah* di Bank Aman Syari'ah Sekampung menjadi produk yang paling di minati oleh nasabah, hal tersebut dikarenakan

produk *Murabahah* di Bank Aman Syariah Sekampung memiliki beberapa keunggulan yakni, skema pembiayaan sederhana dengan prinsip negosiasi, terhindar dari riba, pembayaran secara angsur kepada pihak lembaga keuangan syari'ah dan yang terpenting adalah persyaratan pembiayaan yang tidak terlalu rumit. Bila kita lihat dari keunggulan diatas, wajar bila minat masyarakat terhadap produk tersebut meningkat dari tahun ke tahun.⁴

Persyaratan pembiayaan yang dibutuhkan oleh pihak Bank Aman Syari'ah Sekampung dalam pembiayaan *Murabahah* tidak begitu rumit bila dibandingkan dengan BRIS KCP Sribhawono. Persyaratan pembiayaan *Murabahah* pada BRIS KCP Sribhawono yaitu Foto copy identitas diri (KTP), Foto copy kartu keluarga (KK), Foto kopy surat nikah, Foto kopy NPWP, Foto copy sertifikat SHM/SHGM, IMB (Ijin Mendirikan Bangunan) dilegalisir, Foto kopy PBB (Pajak Bumi Bangunan) tahun terakhir, Slip gaji/penghasilan terakhir dan Foto kopy rekening koran/buku tabungan selama 3 bulan terakhir. Sementara itu pada Bank Aman Syari'ah Sekampung yaitu Jaminan berupa : BPKB, sertifikat (tanah, kebun, rumah), KTP Suami Istri, Kartu Keluarga, Surat Nikah, Rekening Listrik. Tentu hal ini menggambarkan bahwa persyaratan pembiayaan *Murabahah* yang ada pada Bank Aman Syari'ah Sekampung lebih mudah bila dibandingkan dengan BRIS KCP Sribhawono.

Prinsip Syari'ah yang harus dipatuhi oleh bank-bank Syari'ah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah adalah prinsip perbankan Syari'ah yang telah difatwakan oleh Dewan Syari'ah

⁴ Fajar, Kabag Pembiayaan Bank Aman Syari'ah Sekampung, *Wawancara*, pada tanggal 5 Januari 2020.

Nasional - Majelis Ulama Indonesia dan selanjutnya dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia. Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) huruf a dan Pasal 25 huruf a Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang secara tegas menyatakan bahwa, bank Syariah dilarang melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip Syariah.⁵

Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Aman Syariah Sekampung selalu mengalami peningkatan. Hanya dengan memenuhi persyaratan umum yang ditetapkan dan pemenuhan mengenai unsur-unsur serta konsep dasar dari pembiayaan *Murabahah* itu sendiri, maka nasabah yang bersangkutan akan mendapatkan pembiayaan *Murabahah* dari Bank Aman Syariah Sekampung. Hal yang terpenting mengenai objek dari pembiayaan *Murabahah* oleh Bank Aman Syariah Sekampung adalah harus jelas barang objek yang dimaksud, fungsi dan manfaat serta implementasi objek tersebut dalam kegiatan usaha dari nasabah itu sendiri harus benar-benar jelas.⁶

Peningkatan jumlah pembiayaan *Murabahah* pada Bank Aman Syariah Sekampung disebabkan oleh pengaruh peningkatan kualitas produk yang ada pada pembiayaan *Murabahah* itu sendiri. Sudah sebagaimana mestinya bahwa kualitas produk yang baik tentu akan berpengaruh pada peningkatan hasil jual produk itu sendiri. Dalam hal ini kualitas produk itu adalah suatu keadaan dimana nasabah merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.

⁵ *Ibid.*, 150.

⁶ Fajar, Kabag Pembiayaan Bank Aman Syariah Sekampung, *Wawancara*, pada tanggal 5 Januari 2020.

Berbicara mengenai produk perbankan syari'ah tentu tidak akan bisa lepas dengan nilai keislaman yang ada pada sistem syari'ah pada lembaga keuangan. Prinsip nilai islam memang harus senantiasa diterapkan pada produk pembiayaan agar tidak terjadinya penyimpangan terhadap ketentuan hukum serta fatwa yang berlaku pada lembaga keuangan syari'ah. nilai ke-Islaman dapat didefenisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat.

Dalam sistem operasional lembaga keuangan syari'ah Apabila kedua aspek diatas terpenuhi maka hal tersebut akan berdampak pada suatu Kepuasan. Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan.

Berdasarkan fakta di lapangan yang peneliti peroleh dari hasil wawancara kepada nasabah pembiayaan Bank Aman Syari'ah Sekampung, yakni minimnya pengetahuan nasabah terhadap produk *Murabahah* itu sendiri. Nasabah mengungkapkan bahwa mereka datang ke Bank Aman Syari'ah Sekampung adalah untuk melakukan pembiayaan dengan memberitahukan spesifikasi barang yang di inginkan nasabah kepada petugas Bank, kemudian petugas Bank memberikan produk pembiayaan yang sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan oleh nasabah. Dalam hal ini, yang dipahami nasabah ketika

datang ke Bank Aman Syari'ah Sekampung hanya untuk melakukan pembiayaan dengan membawa spesifikasi barang yang ia butuhkan tanpa adanya pengetahuan mengenai produk yang akan mereka gunakan.⁷

Selain itu, terdapat nasabah yang masih beranggapan bahwa sistem Perbankan Syari'ah masih sama halnya dengan Bank Konvensional. Mereka menganggap produk pembiayaan yang ada pada Bank Syari'ah sama halnya produk pembiayaan pada Bank Konvensional hanya beda nama produk. Mereka berasumsi bahwa margin keuntungan yang ada pada Bank Syari'ah sama halnya dengan sistem bunga pada Bank Konvensional.⁸

Fenomena di atas menunjukkan bahwa dalam pemahaman masyarakat bahwa produk pembiayaan *Murabahah* pada praktiknya masih disetarakan dengan konsep pembiayaan pada Bank Konvensional dengan didasarkan pada tingkat margin yang di peroleh Bank Syari'ah sama dengan tingkat suku bunga pada sistem Bank Konvensional. Untuk itu kualitas produk pembiayaan *Murabahah* pada Bank Aman Syari'ah Sekampung belum sepenuhnya dipahami oleh nasabah karena masih adanya persepsi dari nasabah tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan penerapan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Dalam penelitian kali ini produk yang peneliti bahas lebih kepada produk *Murabahah*, hal

⁷ Paimen, Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, *Wawancara*, pada tanggal 22 Januari 2020.

⁸ Randi, Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, *Wawancara*, pada tanggal 22 Januari 2020.

tersebut berdasarkan pada data yang peneliti dapatkan lebih mengarah pada peningkatan dari pembiayaan tersebut. Untuk itu, peneliti akan meneliti tentang kualitas produk pembiayaan *Murabahah* dan penerapan nilai Islam yang dimiliki Bank Aman Syari'ah Sekampung. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Aman Syari'ah Sekampung”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan *Murabahah* itu sendiri, mengakibatkan persepsi nasabah yang masih belum memahami terkait kualitas dari produk itu sendiri.
2. Kurangnya pengetahuan nasabah tentang pembiayaan pada Bank Aman Syari'ah Sekampung, mengakibatkan kekurang pahaman terhadap prinsip syari'ah pada pembiayaan *Murabahah*.
3. Anggapan bahwa tidak ada perbedaan antara margin *Murabahah* dan bunga, menyebabkan masyarakat mengidentifikasi produk *Murabahah* di Bank Syari'ah sama dengan kredit pada Bank Konvensional.
4. Penerapan nilai-nilai Islam pada Bank Aman Syari'ah Sekampung secara baik dan benar kurang maksimal dalam mempengaruhi keputusan

masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dan tingkat loyalitas nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung.

C. Pembatasan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini terbatas hanya pada persepsi nasabah terhadap tingkat kualitas produk pembiayaan *Murabahah* serta prinsip nilai islam yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk Pembiayaan *Murabahah* berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.?
2. Apakah Penerapan Nilai Islam pada pembiayaan *Murabahah* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.?
3. Apakah Kualitas Produk pembiayaan *Murabahah* dan Penerapan Nilai Islam Secara Bersama- sama Mempengaruhi Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk pembiayaan *Murabahah* terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung

2. Untuk menguji pengaruh penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
3. Untuk menguji faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

F. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang banyak, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini secara teoritis bahwa kualitas produk pembiayaan *Murabahah* dan penerapan nilai Islam sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga kedua variabel tersebut harus diterapkan secara bersamaan guna tercapai tujuan yaitu kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut. Dan untuk melatih kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

- b. Bagi Bank Aman Syari'ah Sekampung

Temuan ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Bank Aman Syari'ah Sekampung untuk dapat meningkatkan kualitas produk terhadap nasabahnya, agar dapat lebih menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dalam menjalankan perusahaannya agar berhasil menjadi perbankan syari'ah yang telah diimpi-impikan oleh masyarakat.

c. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syari'ah

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang sangat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang lembaga keuangan syari'ah dan menambah khasanah bacaan ilmiah.

G. Penelitian Relevan

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian karya Daris Asfa Lina, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Di Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Dana Kecamatan Campurdarat Tulungagung". Hasil

penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dikarenakan BTM Surya Dana mampu memberikan produk yang berkualitas, misalnya produknya handal, mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, tidak mudah rusak, mempunyai citra yang bagus serta pelayanan yang ramah, sopan dan jujur.⁹

2. Penelitian karya Munawaroh, yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”, Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Penerapan nilai-nilai islam di bank syariah sudah diterapkan, dapat dilihat dari pemberian kebebasan terhadap nasabah untuk memilih sebuah akad yang digunakan dalam bertransaksi, dan kejujuran atas informasi yang diberikan oleh bank syariah terhadap nasabah. Di dalam kerjasamanya, bank syariah juga memberikan keuntungan dengan cara bagi hasil. Untuk itu, penerapan nilai-nilai islam yang ada di bank syariah sudah diterapkan oleh bank syariah.¹⁰
3. Penelitian karya Rachmatina, yang berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap Praktik Produk Pembiayaan *Mudharabah* Di Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh”, Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Persepsi

⁹ Daris Asfa Lina, “Pengaruh Kualitas Produk Dterhadap Kepuasan Anggota Di Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Dana Kecamatan Campurdarat Tulungagung”, dalam <http://etheses.uinmataram.ac.id/220/1/>, diakses pada tanggal 01 Desember 2019.

¹⁰ Munawaroh, “Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”, Tesis, diakses pada tanggal 02 September 2019.

nasabah berpengaruh sebesar 19,7% terhadap praktik produk pembiayaan *Mudharabah*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 80,3%. Nilai thitung sebesar $3,055 > t_{tabel}1,685$ dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ yang berarti hipotesis H_a diterima bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap praktik produk pembiayaan murabahah.¹¹

Persamaan ketiga penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas berkaitan dengan kepuasan nasabah Bank Syari'ah terhadap suatu produk pembiayaan syari'ah. Akan tetapi fokus penelitian yang diteliti oleh peneliti berbeda. Fokus penelitian yang dikaji pada ketiga penelitian relevan di atas adalah pengaruh kualitas produk serta nilai islam yang terkandung dalam suatu produk *Murabahah* mempengaruhi dari kepuasan nasabah Bank Syari'ah baik itu berpengaruh secara parsial maupun simultan.

¹¹ Rachmatina, "*Persepsi Nasabah Terhadap Praktik Produk Pembiayaan Murabahah Di Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh*", skripsi, diakses pada tanggal 21 November 2019.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹²

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh nasabah.¹³

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah.

Kualitas didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah, sedangkan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai.¹⁴

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana nasabah merasa cocok dengan suatu produk

¹² Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran 1*. Milenium ed. (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), 20.

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 136.

¹⁴ *Ibid.*, 150.

atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁵

2. Pentingnya Kualitas Produk

Setelah memahami arti kualitas, berikutnya dijelaskan mengapa kualitas produk merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada nasabah yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.¹⁶

3. Indikator Kualitas Produk

Untuk menentukan indikator kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi yaitu sebagai berikut:¹⁷

- a. Performa (*Performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah

¹⁵ Bagus Dwi Setyawan, 2013, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening*”, di akses pada tanggal: 11 Oktober 2019.

¹⁶ M. Nur Rianto, “*Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*” , (Bandung: Alfabeta, 2012), 139.

¹⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

produk sesungguhnya yang berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk. *Performance* sebuah produk merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada pelanggan. Tingkat pengukuran *Performance* pada dasarnya mengacu pada tingkat karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebuah produk dikatakan memiliki *Performance* yang baik bilamana dapat memenuhi harapan. Bagi setiap produk/jasa, dimensi *Performance* bisa berlainan, tergantung pada *Functional Value* yang dijanjikan oleh perusahaan.¹⁸ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Performance* adalah Produk pembiayaan *Murabahah* pada Bank Aman Syari'ah terjaga nilai syariahnya serta alur pembiayaannya tergolong mudah.

- b. Keistimewaan tambahan (*Features*) merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada titik tertentu, *Performance* dari setiap merek hampir sama tetapi justru perbedaannya terletak pada fiturnya. Ini juga mengakibatkan harapan pelanggan terhadap dimensi *Performance* relatif homogen dan harapan terhadap fitur relatif heterogen.¹⁹ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Features*

¹⁸ *Ibid.*, 65.

¹⁹ *Ibid.*, 67.

adalah Persyaratan pembiayaan produk *Murabahah* pada Bank Aman Syari'ah tergolong mudah.

- c. Keandalan (*Reliability*), yaitu tingkat keandalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk di dalam proses operasionalnya di mata konsumen. Dengan demikian, keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk. *Reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *reliability* yang tinggi bilamana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. Dimensi *performance* dan *reability* sekilas hampir sama tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reability* lebih menunjukkan probabilitas produk menjalankan fungsinya.²⁰ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Reliability* adalah Produk *Murabahah* pada Bank Aman Syari'ah sudah berdasarkan prinsip kejujuran serta mampu meningkatkan pendapatan atau mengembangkan usaha dari nasabah.
- d. Konformitas (*Conformance*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua

²⁰ *Ibid.*, 68.

unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *conformance* sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan pelanggan.²¹ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Conformance* adalah Akad pada awal pembiayaan serta perjalanan sesuai dengan ketentuan syari'ah.

- e. Daya tahan (*Durability*), merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan suatu produk. Hal ini berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat. Definisi diatas bilamana diterapkan pada pengukuran sebuah makanan dan minuman sebuah restoran, maka pengertian *durability* diatas adalah tingkat usia sebuah makanan masih dapat dikonsumsi oleh konsumen. Ukuran usia ini pada produk biasanya dicantumkan pada produk dengan tulisan masa kadaluarsa sebuah produk.²² Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Durability* adalah Produk *Murabahah* selalu menjadi minat utama dalam pembiayaan nasabah serta Prinsip syari'ah pada produk *Murabahah* terjamin dari waktu ke waktu.

²¹ *Ibid.*, 69.

²² *Ibid.*, 70.

- f. Kemampuan pelayanan (*service ability*), merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya bilamana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.²³ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Service Ability* adalah Proses pelayanan yang cepat selalu diutamakan oleh petugas Bank Aman Syari'ah serta Nilai kesopanan para petugas Bank Aman Syari'ah selalu dijaga terhadap nasabah.
- g. Estetika (*Aesthetics*), merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual. Dengan demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu, seperti keelokan, kemulusan, suara yang merdu, selera dan lain-lain. Selain itu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya *aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga *performance* sebuah produk akan menjadi lebih

²³ *Ibid.*, 72.

baik dihadapan pelanggan.²⁴ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *Aesthetics* adalah Produk yang ditawarkan Bank Aman Syari'ah variatif dan mudah dikenali.

- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), bersifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri. Hal ini dapat juga berupa karakteristik yang berkaitan dengan reputasi (*brand name, image*). Bilamana diterapkan pada pengukuran kualitas makanan dan minuman maka *perceived quality* merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah makanan dan minuman.²⁵ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi *perceived quality* adalah Penerapan kualitas produk pada Bank Aman Syari'ah sesuai dengan prinsip islam di dalamnya.

Hal ini dijelaskan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan suatu hasil yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran. Dalam perbankan syariah suatu produk tersebut dikatakan sukses atau tidaknya itu tergantung terhadap marketing, selama marketing tidak bekerja, otomatis produk tersebut tidak akan jalan. Akan tetapi apabila marketing bekerja dengan giat maka produk tersebut akan sukses. Produk sejelek apapun, ketika kita pintar menawarkan pasti akan laris terjual.

²⁴ *Ibid.*, 73.

²⁵ *Ibid.*, 74.

B. Penerapan Nilai Islam

1. Pengertian Nilai Islam

Kata nilai dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti harga. Nilai memiliki makna yang berbeda bila berada pada konteks yang berbeda pula. Pada dasarnya konsep umum yang ada dalam masyarakat kita tentang istilah nilai merupakan konsep ekonomi. Hubungan suatu komoditi atau jasa dengan barang yang mau dibayarkan seseorang untuk memunculkan konsep nilai. Sedangkan makna spesifikasi nilai dalam ekonomi adalah segala sesuatu yang diinginkan dan diminta oleh manusia yang dapat memenuhi kebutuhan, maka barang itu mengandung nilai. Dengan demikian nilai ke-Islaman dapat didefinisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat.²⁶

Nilai-nilai Islam yang terdapat pada perusahaan yang berbasis Syariah haruslah sesuai dengan hukum-hukum Islam yang berlandaskan pada al-Qur'an dan al-Hadis sebagai pedoman dunia dan akhirat. Sehingga segala sesuatu yang kita kerjakan memiliki arah dan tujuan yang pasti. Hukum Islam adalah hukum yang diyakini memiliki keterkaitan dengan

²⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 79.

sumber dan ajaran Islam, yakni hukum amali berupa interaksi sesama manusia, selain jinayat (pidana islam).²⁷

Islam mendorong masyarakat ke arah usaha nyata dan produktif. Islam mendorong masyarakat untuk melakukan investasi dan melarang membungakan uang. Menyimpan uang di bank syari'ah termasuk kategori kegiatan investasi karena perolehan kembaliannya (return) dari waktu ke waktu tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung kepada hasil usaha yang benar-benar terjadi dan dilakukan bank sebagai mudharib (pengelola dana). Hal yang paling menonjol yang membedakan antara bank konvensional dengan bank syariah adalah adanya bunga, bagi hasil, keberadaan DSN dan DPS.²⁸

Fungsi utama Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan syariah Islam. Dewan ini bukan hanya mengawasi bank syariah, tetapi juga lembaga-lembaga lain seperti asuransi, reksadana, modal ventura, dan sebagainya. DSN dapat memberi teguran kepada lembaga keuangan syariah jika lembaga yang bersangkutan menyimpang dari garis panduan yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan jika DSN telah menerima laporan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada lembaga yang bersangkutan mengenai hal tersebut. Jika lembaga keuangan syariah tidak mengindahkan teguran yang diberikan, Dewan Syariah Nasional (DSN)

²⁷ Supardin, *Materi Hukum Islam*, (Makassar: Alauddin University Press, 2011), hal 22.

²⁸ Wirdyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 41.

dapat mengusulkan kepada otoritas yang berwenang, seperti Bank Indonesia dan Departemen Keuangan.²⁹

Peran utama para ulama dalam Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi jalannya operasional bank sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. DPS harus membuat pernyataan secara berkala (biasanya tiap tahun) bahwa bank yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah. Tugas lain dari DPS adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasinya. Dengan demikian DPS bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional.³⁰

2. Prinsip-prinsip Perbankan Syariah

Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syari'ah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:³¹

a. Prinsip Keadilan

Dalam surat Al-Nahl ayat 90 Allah dalam firmanNya yang berbunyi :

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

Artinya :

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi

²⁹ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 13-19.

³⁰ *Ibid.*, 50.

³¹ *Ibid.*, 130.

pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (QS Al-Nahl 16: 90).³²

Keadilan dalam kehidupan ekonomi seperti proses distribusi, produksi, konsumsi dan lain sebagainya juga diwujudkan dalam mengalokasikan kegiatan ekonomi tertentu bagi orang yang tidak mampu memasuki pasar melalui zakat, infak, dan hibah. Pada tahapan selanjutnya, menjadi inti dalam berbagai terapan ekonomi syariah. Lembaga keuangan syariah secara konsisten menerapkan sistem yang berkeadilan yang disebut dengan *profit sharing* (bagi hasil). Jika sistem kapitalisme menggunakan piranti bunga sebagai suatu yang built in dalam bank konvensional, maka lembaga syariah menggesernya dengan sistem bagi hasil. Sistem bagi hasil merupakan bentuk eksplisit anti riba yang sejak awal ditentang oleh bank syariah. Karena, Islam secara tegas melarang umatnya untuk memberi, mengambil atau memakan riba.³³

Dengan sistem operasional yang berdasarkan “*profit and loss sharing system*”, bank Islam memiliki kekuatan tersendiri yang berbeda dengan sistem konvensional. Apabila terjadi kerugian pada proyek yang didanai, maka kekayaan pemegang modal akan disita menjadi hak milik pemodal (Bank). Sementara dalam Bank Islam kelayakan usaha atau proyek yang akan didanai itu menjadi jaminannya, sehingga keuntungan dan kerugian ditanggung bersama.

³² Tim Penyusun Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Bandung: Jabar, 2004), 277.

³³ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 47.

Konsep syari'ah mengajarkan menyangga usaha secara bersama, baik dalam membagi keuntungan atau sebaliknya menanggung kerugian.³⁴

Dalam ekonomi konvensional pemilik modal adalah orang yang sangat diuntungkan karena dalam kondisi apapun ia tetap akan memperoleh bunga tanpa usaha dan berkeringat. Islam mengganti sistem bunga yang menindas dengan *profit sharing*. *Profit sharing* (bagi hasil) yang diterapkan dalam ekonomi syari'ah jelas lebih berkeadilan. Bagi deposan, untung yang didapat adalah benar-benar hasil untung pekerja yang diberi modal. Sementara, bagi peminjam (yang juga pekerja) tidak merasa terbebani dengan bunga yang tinggi. Karena ia hanya membayarkan sejumlah untung yang ia dapat dari bekerja. Kalau untung banyak, ia akan membayar banyak bagi hasilnya. Kalau untung sedikit, ia pun akan membayar sedikit bagi hasilnya.³⁵

Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Keadilan adalah Dalam perjalanan pembiayaan *Murabahah* keuntungan dan kerugian usaha bersama-sama ditanggung oleh pihak nasabah dan Bank.

b. Prinsip Kesederajatan

Dalam surat Al-Isra' ayat 70 Allah dalam firmanNya yang berbunyi :

³⁴ *Ibid.*, 48.

³⁵ *Ibid.*, 52.

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ
الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا

Artinya :

Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkut mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan.³⁶

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank. Dengan sistem bagi hasil yang diterapkannya, bank syariah mensyaratkan adanya kemitraan nasabah harus *sharing the profit and the risk* secara bersama-sama. Konsep syariah mengajarkan menyangga usaha secara bersama, baik dalam membagi keuntungan atau sebaliknya menanggung kerugian. Anjuran itu antara lain adalah transparansi dalam membuat kontrak, penghargaan terhadap waktu dan amanah. Bila ketiga syarat tersebut dipenuhi, model transaksi yang terjadi bisa menghasilkan kualitas terbaik.³⁷

Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Kesederajatan adalah Nasabah merasa adanya perbedaan perlakuan berdasarkan jenis pembiayaan oleh pihak bank.

³⁶ Tim Penyusun Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Bandung: Jabal, 2004), 289.

³⁷ *Ibid.*, 300.

c. Prinsip Ketentraman

Menurut falsafah Al-Qur'an, semua aktivitas yang dapat dilakukan oleh manusia patut dikerjakan untuk mendapatkan *falah* (ketentraman, kesejahteraan atau kebahagiaan), yaitu istilah yang dimaksudkan untuk mencapai kesempurnaan dunia dan akhirat. Tujuan dan aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam harus diselaraskan dengan tujuan akhir yaitu pada pencapaian *falah*.

Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral. Sebagai lembaga ekonomi, tujuan pendirian lembaga keuangan adalah untuk menciptakan keseimbangan sosial dan ekonomi (material dan spritual) masyarakat agar mencapai *falah*. Karena itu produk-produk lembaga keuangan harus sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam. Sulaiman mencatat empat aturan yang harus ditaati oleh lembaga keuangan yaitu;

- 1) Tidak adanya unsur riba
- 2) Terhindar dari aktivitas yang melibatkan spekulasi (*gharar*)
- 3) Penerapan zakat harta
- 4) Tidak memproduksi produk-produk atau jasa yang bertentangan dengan nilai Islam

Dengan mengetahui dan memahami karakteristik tersebut, maka kehadiran bank-lembaga keuangan diharapkan dapat melakukan proses tranformasi kehidupan sosial ekonomi masyarakat (*nasabah*)

kearah kehidupan yang harmonis, seimbang antara kebutuhan material dan spritual, sehingga melahirkan ketentraman lahir maupun batin.³⁸

Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Ketentraman adalah Prinsip nilai islam dalam produk *Murabahah* dapat menimbulkan ketentraman bagi para nasabah.

d. Kepercayaan

Lembaga Keuangan Syariah (LKS), demikian pula lembaga pembiayaan dan perusahaan pembiayaan pada prinsipnya merupakan institusi yang keberadaanya sangat tergantung pada kepercayaan (trust) masyarakat. Untuk itu maka perlu adanya prinsip-prinsip tata kelola yang baik agar kepercayaan masyarakat yang merupakan unsur esensial dari lembaga tersebut dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan.

Salah satu misi lembaga keuangan adalah menerima simpanan baik berupa giro, tabungan, dan deposito. Selain itu lembaga keuangan sebagai salah satu komponen dalam menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi dalam menjalankan usahanya memerlukan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan tersebut adalah sebagai kunci untuk memelihara setabilitas industri lembaga keuangan. Kepercayaan ini tidak hanya diperoleh dari kepastian hukum. Dalam lembaga

³⁸ M. Nur Rianto, “*Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*”, (Bandung: Alfabeta, 2012), 139.

keuangan syariah, penjaminan tidak cukup hanya dengan penjaminan simpanan nasabah.

Sejak diterbitkannya undang-undang nomor 24 tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) nasabah memiliki kepastian dalam menjamin simpanan.³⁹ Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Kepercayaan adalah selama ini nasabah percaya dengan sistem operasional dari Bank Aman Syari'ah Sekampung dan Bank Aman Syari'ah Sekampung memberikan kemudahan kepada nasabahnya sehingga timbul perasaan puas dan tidak ragu ketika melakukan transaksi.

e. Persaingan Sehat

Persaingan di antara bank syariah tidak saling mematikan tetapi saling menghidupi. Bentuk persaingan antara bank syariah adalah berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain dalam memberikan porsi bagi hasil kepada nasabah. Sehingga mereka yang mampu membina peminjaman dengan baik akan berhasil. Dan kesempatan ini terbuka untuk semua bank Syariah.⁴⁰

Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Persaingan Sehat adalah Hal yang dilakukan Bank Aman Syari'ah Sekampung sangat sportif dalam mencari nasabah.

³⁹ *Ibid.*, 142.

⁴⁰ Muhammad, *Bank Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 78-80

Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil lima indikator nilai Islam yaitu: prinsip keadilan, prinsip kesederajatan, prinsip ketentraman, jaminan dan persaingan sehat.

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁴¹ Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada perfomansi kita atau perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.⁴²

Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas

⁴¹ *Ibid.*, 101.

⁴² DedyLondong, "Kepuasan Pelanggan Customer", dalam <http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html> diakses pada tanggal 17 Oktober 2019.

suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.⁴³

2. Indikator Kepuasan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain di pengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga di tentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah ialah :

a. Nilai

Nilai didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, yang didasarkan pada persepsi nasabah atas apa yang telah di terima oleh nasabah dan yang telah di berikan oleh produk tersebut.

Seth Newman Gross mengembangkan suatu model, yang menunjukkan bahwa konsumen memilih (membeli atau tidak) suatu produk berdasarkan lima komponen nilai, yaitu:

- 1) Nilai fungsi: manfaat suatu produk dikaitkan dengan kemampuan produk tersebut untuk memenuhi fungsi dari sudut pandang pertimbangan ekonomi.

⁴³ *Ibid.*, 102.

- 2) Nilai sosial: manfaat suatu produk di kaitkan dengan kemampuan produk tersebut untuk mengidentikan penggunanya dengan satu kelompok social tertentu.
- 3) Nilai emosi: manfaat suatu produk dikaitkan dengan kemampuan produk tersebut untuk membangkitkan perasaan atau emosi pengguna.
- 4) Nilai episteme: manfaat suatu produk dikaitkan dengan kemampuan produk tersebut untuk memenuhi keinginan penggunanya.
- 5) Nilai kondisi: manfaat suatu produk dikaitkan dengan kemampuan produk tersebut untuk memenuhi keperluan pengguna pada saat dan kondisi tertentu.⁴⁴

b. Daya Saing

Suatu produk jasa maupun barang harus memiliki daya saing agar dapat menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa pelanggan.

Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk dibutuhkan oleh pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan produk jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid.*, 110.

⁴⁵ Kotler. *Marketing Management*. h, 46-48 dalam M. Nur Rianto, “*Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*”, (Bandung: ALFABETA, 2012), 187.

Dengan demikian, suatu produk mempunyai daya saing bila keunikan serta kualitas pelayanan disesuaikan dengan manfaat serta pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktifitas perusahaan yang dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik.

Ada beberapa keunggulan yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu pada, Harga, Pangsa pasar, Merek, Kualitas produk, Kepuasan konsumen, Saluran distribusi.⁴⁶

c. Persepsi Pelanggan

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan.

Persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap: Tingkat kepentingan pelanggan, Kepuasan pelanggan dan Nilai. Proses persepsi terhadap suatu jasa tidak mengharuskan pelanggan tersebut menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan atas suatu jasa adalah: Harga, Citra, Tahap pelayanan dan Kesan pelayanan.

⁴⁶ *Ibid.*, 190.

d. Harga

Harga adalah nilai barang dan jasa yang dinyatakan dengan jumlah uang tertentu. Barang dan jasa tersebut mempunyai harga bila barang dan jasa itu mempunyai nilai dan guna. Di samping berguna dan bernilai, barang tersebut juga terbatas adanya (langka). Semakin berguna dan semakin langka, maka harga barang itu semakin mahal.

Berguna tetapi tidak langka membuat harga barang itu relatif tidak mahal. Terbentuknya harga dikarenakan ada dua pihak, yaitu pihak yang memiliki dan bersedia untuk menwarkannya serta pihak yang memerlukan dan bersedia untuk memintanya. Dalam dunia yang menganut perekonomian bebas, harga merupakan faktor penting dalam perekonomian. Dalam bahasa teori ekonomi, harga terbentuk karena adanya interaksi antara permintaan dan penawaran. Jika permintaan lebih banyak dari pada suplai maka harga tersebut akan meningkat. Demikian dengan sebaliknya jika permintaan lebih kecil dibandingkan suplai maka harga akan turun.⁴⁷

e. Citra/Merek

Citra merek adalah seperangkat asosiasi yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Asosiasi-asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang dijanjikan kepada konsumen. Merek merupakan simbol dan indikator dari kualitas sebuah produk. Oleh karena itu, merek-merek produk yang sudah lama akan menjadi

⁴⁷ Kotler. *Marketing Management*. h, 46-48 dalam M. Nur Rianto, “*Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*”, (Bandung: ALFABETA, 2012), 187,

sebuah citra bahkan simbol status bagi produk tersebut yang mampu meningkatkan citra pemakainya.

f. Kualitas Pelayanan

Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:⁴⁸

- 1) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali. Pada produk pembiayaan Murabahah Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Kehandalan adalah Pelayanan yang diberikan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung dengan sangat cepat dan tepat waktu serta Manajemen Bank Aman Syari'ah ini terdiri dari orang-orang yang terpercaya dan professional.
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan nasabah. Membiarkan nasabah menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan

⁴⁸ Juni Priansa Doni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 89.

menjadi pengalaman yang menyenangkan. Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Daya Tanggap adalah Dalam proses pelayanan, pegawai Bank mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya.

- 3) *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personil untuk menghilangkan sifat keragu-raguan nasabah atau merasa terbebas dari bahaya dan risiko. Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Jaminan adalah Nasabah merasa puas dengan wawasan, kemampuan, keramahan, kesopanan serta kepercayaan yang dimiliki pegawai Bank Aman Syari'ah.
- 4) *Empathy* (empati), yang meliputi sikap kontak personil maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan nasabah, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Empati adalah Nasabah selalu dihargai dan diberlakukan seperti keluarga sendiri sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik.
- 5) *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada pada dalam proses pelayanan. Penilaian terhadap

dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan nasabah lain pengguna jasa. Pada produk pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung, dimensi Produk-produk Fisik adalah Fasilitas pelengkap yang disediakan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung membuat nyaman dalam melakukan transaksi di Bank.

g. Situasi Pelayanan

Situasi pelayanan dikaitkan dengan kondisi internal pelanggan sehingga mempengaruhi kinerja pelayanan.

Kinerja pelayanan ditentukan oleh: Pelayanan, Proses pelayanan dan Lingkungan fisik di mana pelayanan diberikan.

h. Tingkat Kepentingan Pelanggan

Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa tersebut.⁴⁹

3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:⁵⁰

a. Sistem Keluhan dan Saran (*Complaint and Sugestion System*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa,

⁴⁹ *Ibid.*, 120.

⁵⁰ Kotler. *Marketing Management*. h, 46-48 dalam M. Nur Rianto, “*Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*”, (Bandung: ALFABETA, 2012), 204-205.

Customer Hot Line, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, nasabah akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

b. *Survey Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Surveys)*

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survei ini didapatkan umpan balik yang positif dari nasabah. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. *Pembeli Bayangan (Ghost Shopping)*

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Hal ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang nasabah.

d. *Analisa Pelanggan yang Lari (Lost Customer Analysis)*

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bias

diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila terjadi masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicairkan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

Kajian tentang kepuasan nasabah akan menjadi dasar yang penting dalam memutuskan suatu strategi pemasaran, hasil dari kajiannya akan membantu para pemasar untuk:

- Merancang bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang tepat atas suatu produk yang akan ditawarkan.
- Menetapkan segmentasi.
- Merumuskan positioning dan diferensiasi produk.
- Memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya.
- Mengembangkan riset pemasarannya.

Analisis kepuasan nasabah akan memainkan peranan penting pula dalam merancang kebijakan publik. Bagi pengambil kebijakan bidang ekonomi suatu negara memerlukan kajian ini untuk merumuskan kebijakannya dalam kerangka untuk melindungi nasabah. Bagi kalangan akademisi, kajian ini akan dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang kepuasan nasabah dan bagaimana kaitannya dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran.

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan nasabah dengan perilaku nasabah, dimana akan terdapat beberapa tipe dari nasabah:

- a. Nasabah yang puas atau apa yang didapatkan oleh nasabah tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali. Ia akan memberitahukan dan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Tipe ini disebut dengan *Opostles*.
- b. Tipe nasabah *Defectors*, yaitu nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, biasanya nasabah akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
- c. Tipe nasabah *Terrorist*, yaitu nasabah yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negatif kepada orang lain. Nasabah akan mengatakan kepada pihak lain keburukan produk tersebut dan tidak akan menganjurkan orang lain menggunakan produk tersebut.
- d. Tipe nasabah *Hostages*, yaitu nasabah yang tidak puas akan sesuatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada orang lain, karena struktur pasar yang monopolistic atau harga yang murah. Meskipun nasabah tidak puas atas pelayanan yang diberikan,

namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia tetap harus menggunakannya.

- e. Tipe nasabah *Mercenaries*, yaitu nasabah yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut. Dimana dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain.⁵¹

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis berupa jawaban sementara terhadap rumusan masalah dan hipotesis yang akan diuji ini dinamakan hipotesis kerja. Sebagai lawannya adalah hipotesis nol (nihil). Hipotesis kerja disusun berdasarkan atas teori yang digunakan masih diragukan keandalannya. Hipotesis kerja dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif.⁵²

Adapun hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk pembiayaan *Murabahah* terhadap kepuasan nasabah
 - a. H_0 = Kualitas produk pembiayaan *Murabahah* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

⁵¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 195.

⁵² Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64-65.

- b. H_a = Kualitas produk pembiayaan *Murabahah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
2. Pengaruh nilai Islam terhadap kepuasan nasabah
 - a. H_0 = Penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
 - b. H_a = Penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
3. Pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah
 - a. H_0 = Diantara kualitas produk dan penerapan nilai Islam secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
 - b. H_a = Diantara kualitas produk dan penerapan nilai Islam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan upaya sistematis dan objektif untuk mempelajari suatu masalah dan menemukan prinsip-prinsip umum yang juga berarti upaya mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan. Pengetahuan manusia tumbuh dan berkembang berdasarkan kajian-kajian yang akhirnya mendapatkan temuan-temuan baru yang terus berkembang. Kegiatan penelitian dilakukan dengan tujuan menemukan, membuktikan, dan mengembangkan pengetahuan tertentu. Dengan ke tiga hal tersebut, maka implikasi dari hasil penelitian akan dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁵³

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan sebagaimana adanya. Mohamad Ali (1982:120) menjelaskan bahwa: “metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan sekaligus menjawab permasalahan yang terjadi pada masa sekarang”. Dilakukan dengan menempuh langkah-langkah pengumpulan, klasifikasi dan analisis atau pengolahan data, membuat kesimpulan dan laporan dengan tujuan

⁵³ M Hikmat Mahi, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*, (Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2014), 29-30.

utama untuk membuat penggambaran tentang suatu keadaan secara objektif dalam suatu deskripsi.

Sementara itu, pendekatan kuantitatif untuk memperoleh signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung. Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang identik dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.⁵⁴ Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh. Sedangkan jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Adapun tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator-indikator variabel penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.⁵⁵

⁵⁴ *Ibid.*, 41

⁵⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 80.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵⁶ Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah “Kualitas produk dan penerapan nilai Islam” yang diberi simbol X. Dimana di dalam variabel X ini terdapat 2 sub pokok yaitu kualitas produk diberi simbol X1 dan penerapan nilai Islam diberi simbol X2.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah “Kepuasan nasabah” diberi simbol Y.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 38-39.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik /sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Kualitas dan ciri tersebut dinamakan variabel.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung yang berjumlah 792.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan

⁵⁷ *Ibid.*

untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).⁵⁸

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Karena jumlah populasi diketahui maka peneliti menggunakan *probability sampling*, perhitungan sampel didasarkan atas tingkat kepercayaan atau kesalahan 15%, jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 792 nasabah pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode *Slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden.

Adapun cara perhitungan penentuan jumlah sampel yang akan di uji adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot (e)^2)}$$

$$n = \frac{792}{1 + (792 \cdot (0,15)^2)}$$

$$n = \frac{792}{1 + (792 \cdot 0,0225)}$$

⁵⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 103.

$$n = \frac{792}{1 + (17,82)}$$

$$n = \frac{792}{18,82} = 42,08$$

Dimana :

- N = besar Populasi
- n = besar Sampel
- e = tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan.

Dari hasil perhitungan diatas maka nasabah pembiayaan *Murabahah* Bank Aman Syari'ah Sekampung yang akan menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 42 orang.

D. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No Item
1	Kualitas Produk (X1)	Performa	<ul style="list-style-type: none"> - Produk pembiayaan Murabahah pada Bank Aman Syari'ah terjaga nilai syariahnya. - Alur pembiayaan Murabahah pada Bank Aman Syari'ah tergolong mudah. 	1-2
2		Keistimewaan Tambahan	<ul style="list-style-type: none"> - Persyaratan pembiayaan produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah tergolong mudah. 	3
3		Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah sudah berdasarkan prinsip kejujuran. - Produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah mampu meningkatkan pendapatan atau mengembangkan usaha dari nasabah. 	4-5

4		Konformitas (Kesesuaian)	- Akad pada awal pembiayaan serta perjalanan sesuai dengan ketentuan syari'ah.	6
5		Daya Tahan	- Produk Murabahah selalu menjadi minat utama dalam pembiayaan nasabah. - Prinsip syari'ah pada produk Murabahah terjamin dari waktu ke waktu.	7-8
6		Kemampuan Pelayanan	- Proses pelayanan yang cepat selalu diutamakan oleh petugas Bank Aman Syari'ah. - Nilai kesopanan para petugas Bank Aman Syari'ah selalu dijaga terhadap nasabah.	9-10
7		Estetika	- Produk yang ditawarkan Bank Aman Syari'ah variatif dan mudah dikenali.	11
8		Kualitas yang dipersepsikan	- Penerapan kualitas produk pada Bank Aman Syari'ah sesuai dengan prinsip islam di dalamnya.	12
9	Nilai Islam (X2)	Prinsip Keadilan	- Dalam perjalanan pembiayaan <i>Murabahah</i> keuntungan dan kerugian usaha bersama-sama ditanggung oleh pihak nasabah dan Bank.	13
10		Prinsip Kesederajatan	- Nasabah merasa adanya perbedaan perlakuan berdasarkan jenis pembiayaan oleh pihak bank.	14
11		Prinsip Ketentraman	- Prinsip nilai islam dalam produk <i>Murabahah</i> dapat menimbulkan ketentraman bagi para nasabah.	15
12		Kepercayaan	- Selama ini nasabah percaya dengan sistem operasional dari Bank Aman Syari'ah Sekampung. - Bank Aman Syari'ah Sekampung memberikan kemudahan kepada nasabahnya sehingga timbul perasaan puas dan tidak ragu ketika melakukan transaksi.	16-17
13		Persaingan Sehat	- Hal yang dilakukan Bank Aman Syari'ah Sekampung sangat sportif dalam mencari nasabah.	18
14	Kepuasan Nasabah (Y)	Kehandalan	- Pelayanan yang diberikan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung dengan sangat cepat dan tepat waktu. - Manajemen Bank Aman Syari'ah ini	19-20

			terdiri dari orang-orang yang terpercaya dan professional.	
15		Daya Tanggap	- Dalam proses pelayanan, pegawai Bank mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya.	21
16		Jaminan	- Nasabah merasa puas dengan wawasan, kemampuan, keramahan, kesopanan serta kepercayaan yang dimiliki pegawai Bank Aman Syari'ah.	22
17		Empati	- Nasabah selalu dihargai dan diberlakukan seperti keluarga sendiri sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik.	23
18		Produk-produk Fisik	- Fasilitas pelengkap yang disediakan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung membuat nyaman dalam melakukan transaksi di Bank.	24

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, Agar dapat dikatakan sebagai instrument penelitian yang baik, maka paling tidak instrument tersebut memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁵⁹ Disini alat yang digunakan adalah angket. Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya menyebar di daerah luas. Peneliti rasanya tidak mungkin untuk bertemu langsung dengan semua responden karena alasan waktu dan biaya.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*..., 147.

Kuesioner (Angket), suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.⁶⁰ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket untuk mencari data langsung dari anggota yang diambil sebagai sampel. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan, yang disusun dalam sebuah daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda check (√) pada kolom yang sesuai. Kuesioner akan disebarakan kepada para nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung.

F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Tujuan dari skala pengukuran dari sebuah variabel ini adalah untuk mengetahui karakteristik variabel berdasarkan ukuran tertentu, sehingga dapat dibedakan ini bahkan dapat diuraikan berdasarkan atas karakteristik variabel tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dimana skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang

⁶⁰ *Ibid.*, 142.

atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala *Likert* sendiri memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Pernyataan positif diberi skor 5,4,3,2,1. Sedangkan untuk pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4,5.

Bentuk jawaban dalam skala *Likert* terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk pemberian skor skala *Likert* ini sebagai berikut :⁶¹

Tabel 3.2

Pedoman Nilai Jawaban Keusioner

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁶¹ *Ibid.*, 135-136.

Responden dapat memberikan tanda centang (√) terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan oleh peneliti dalam angket yang diberikan pada tiap-tiap alternatif jawaban.

G. Analisis Data

Analisis data adalah cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu.⁶²

Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering

⁶² Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 74.

disebut sebagai *inter item-total correlation*.⁶³ Ketentuan validitas instrumen sah apabila hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah sample. Apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} maka data dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis butir.

Ketentuan pengambilan keputusan:

- 1) Jika r_{hitung} positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka butir pertanyaan valid.
- 2) Jika r_{hitung} negatif atau $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka butir pertanyaan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan

⁶³ *Ibid.*, 80.

pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.⁶⁴

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Nilai *Alpa Cronbach* 0,00 – 0.20 berarti kurang reliable
- 2) Nilai *Alpa Cronbach* 0,21 – 0.40 berarti agak reliable
- 3) Nilai *Alpa Cronbach* 0,41 – 0.60 berarti cukup reliable
- 4) Nilai *Alpa Cronbach* 0,61 – 0.80 berarti reliable
- 5) Nilai *Alpa Cronbach* 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal.⁶⁶ Uji ini diperlukan karena semua perhitungan statistic parametric memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan One-

⁶⁴ *Ibid.*, 85.

⁶⁵ *Ibid.*, 87.

⁶⁶ Imam Ghozali, *Analisis Multifariate SPSS*, (Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro, 2005), 110-112.

Sample *Kolmogorov-Smirnov* test dan dipadukan dengan uji Normal P-P Plots dengan perumusan sebagai berikut. H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,1$, terima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai angka tolerance di atas ($>$) 0,1
2. Mempunyai nilai VIP dibawah ($<$) 10

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan

yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homokedastisitas.⁶⁷

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :⁶⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana: Y = kepuasan Nasabah

a = konstanta

b₁, b₂ = Koefisien korelasi ganda

X₁ = kualitas Produk

X₂ = Penerapan nilai Islam

e = *errof of term.*

⁶⁷ *Ibid.*, 130.

⁶⁸ Imam Ghozali, *Analisis Multifariate SPSS*, (Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro, 2005), 145.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t- test

Untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

1. Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
2. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

1. Apabila F hitung lebih kecil dari F table maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel kualitas produk dan penerapan nilai islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
 2. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel kualitas produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.
- c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui *Adjust R*. semakin besar angka R^2 maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.⁶⁹ Nilai *R Square* berkisar antara 0-1.

⁶⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta,2014), 215-220.

Menurut Mauludi, nilai r (hubungan positif) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁷⁰

1.0	= tidak ada hubungan
2.0,00-0,199	= sangat lemah
3.0,20-0,399	= lemah
4.0,40-0,599	= sedang
5.0,60-0,799	= kuat
6.0,80- 1,00	= sangat kuat
7.1	= hubungan sempurna positif

⁷⁰ Ali mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), 47.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Pebruari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasioanalnya PT.BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan dan diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh Direksi dan pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta

pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).⁷¹

Dalam hal ini penulis dapat mengemukakan bahwa PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.

BPRS menjalankan tugas sesuai nilai-nilai islami seperti; tekun,istiqomah,ikhlas,teliti,jujur,komitmen,dan pantang menyerah dengan comunity bank yaitu melakukan layanan muatan lokal berbagai dimensi. Maka Pendirian PT.BPRS Aman Syariah dengan dengan potensi muatan lokal yaitu Permodalan, Penghimpunan Dana, Penyaluran Dana, Pengurus, Pegawai adalah berasal dari masyarakat Lampung Timur khususnya yang berdomisili di Kecamatan Sekampung.⁷²

2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah Lampung

Tujuan Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah Lampung Timur dan sekitarnya melalui :

⁷¹ Dokumentasi, *Anggaran Dasar PT BPRS Aman Syariah*, dikutip pada tanggal 15 Juli 2020.

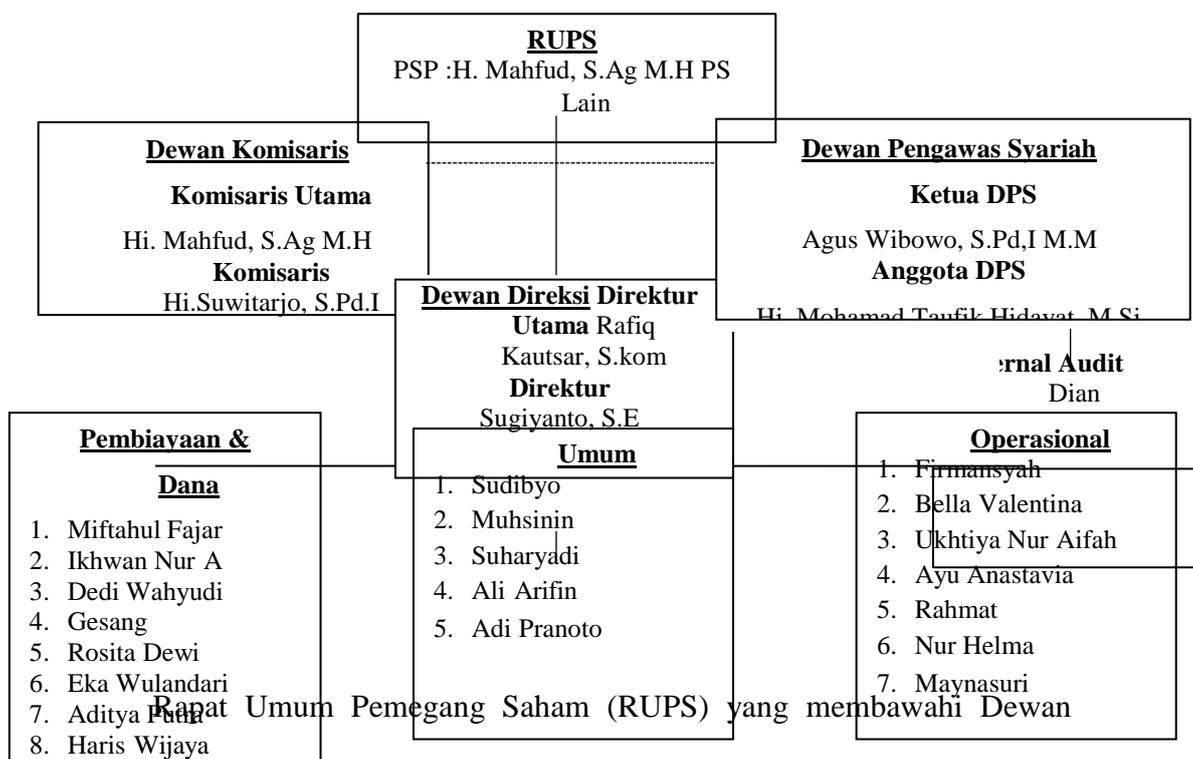
⁷² *Ibid.*

- a. Pemberian etos kerja Islami jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, Islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat.
- c. Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir).
- d. Terciptanya ukhuwah Islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun di antara nasabah BPR Syariah.
- e. Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.

3. Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah

PT. BPRS Aman Syariah, sebagai lembaga keuangan syariah yang berdiri dengan keadaan yang disebut *Community Bank*, maka strukturisasi pun dibentuk di dalamnya sebagai indikator profesionalan lembaga. Strukturisasi ini pastinya dibentuk dengan memperhatikan berbagai pertimbangan, dari mulai kemampuan yang dimiliki setiap SDM, sesuai dengan kebutuhan perusahaan PT. BPRS Aman Syariah, serta penempatannya pun disesuaikan dengan latar belakang atau pengalaman dari setiap SDM yang terlibat di dalamnya.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
BPRS Aman Syariah Kabupaten Lampung Timur 2020.⁷³



Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang membawahi Dewan Komisaris H. Mahfud, S.Ag,MH dan H. Suwitarjo, S.Pd.I. Dewan Direksi Rafiq Kautsar, S.Kom dan Sugiyanto S.E dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) H. Agus Wibowo, S.Pd.I, M.M dan H. Mohamad Taufik Hidayat, M.Si. Dalam pengelolaannya Dewan Direksi membawahi Bagian Operasional, Bagian Umum dan SDM serta Pembiayaan dan Dana, selain itu membawahi Internal Audit.

B. Hasil Penelitian

3. Gambaran Umum Responden

⁷³ Observasi di BPRS Aman Syariah Sekampung, tanggal 15 Juli 2020

Responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 42 orang. Penyajian data mengenai identitas responden yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri responden. Sedangkan prosedurnya dengan jalan menyebarkan kuesioner dan meminta untuk mengisi kuisisioner. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan lama menjadi nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

4. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil identifikasi dari hasil penelitian diperoleh beberapa data responden sebagai berikut :

Tabel 4.2

Hasil Responden

Data Responden	Jumlah	Prosentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	29	69%
Perempuan	13	31%
Usia		
Kurang dari 30 Tahun	21	50%
Lebih dari 30 Tahun	21	50%
Pendidikan Terakhir		
SD	2	4,8%
SMP	12	28,6%

SMA	17	40,5%
D3	2	4,8%
S1	8	19%
S2	1	2,4%
Pekerjaan		
PNS	2	4,8%
Pegawai Swasta	3	7,1%
Wiraswasta	4	9,5%
Pelajar/Mahasiswa	-	-
Ibu Rumah Tangga (IRT)	1	2,4%
Petani	4	9,5%
Pedagang	22	52,4%
Bengkel	6	14,3%
Lama Menjadi Nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung		
Kurang dari 1 Tahun	7	16,7%
1 Tahun	8	19%
2 Tahun	7	16,7%
3 Tahun	12	28,6%
4 Tahun	6	14,3%
Diatas 5 Tahun	2	4,8%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 42 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29 responden atau 69%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 13 responden atau 31%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Aman Syari'ah Sekampung adalah nasabah yang berjenis kelamin laki-laki.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 42 responden, jumlah responden yang berumur kurang dari 30 tahun sebanyak 21 responden atau 50% dan responden yang berumur kurang dari 30 tahun sebanyak 21 responden atau 50%. Data tersebut menjelaskan bahwa jumlah nasabah yang berumur kurang dari 30 tahun maupun yang berumur diatas 30 tahun sama berimbang dalam melakukan transaksi di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 42 responden, jumlah responden yang berpendidikan SD sebanyak 2 responden atau 4,8%, SMP sebanyak 12 responden atau 28,6%, SMA sebanyak 17 responden atau 40,5%, D3 sebanyak 2 responden atau 4,8%, S1 sebanyak 8 responden atau 19%, S2 sebanyak 1 responden atau 2,4%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Aman Syari'ah Sekampung adalah nasabah yang berpendidikan SMA.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 42 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan PNS sebanyak 2 responden atau 4,8%, Pegawai Swasta sebanyak 3 responden atau 7,1%, Wiraswasta sebanyak 4 responden atau 9,5%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 1 responden atau 2,4%, petani sebanyak 4 responden atau 9,5%, Pedagang sebanyak 22 responden atau 52,4%, Bengkel sebanyak 6 responden atau 14,3%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Aman Syari'ah Sekampung adalah nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai pedagang.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 42 responden, jumlah responden yang lama menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 7 responden atau 16,7%, 1 tahun sebanyak 8 responden atau 19%, 2 tahun sebanyak 7 responden atau 16,7%, 3 tahun sebanyak 12 responden atau 28,6%, 4 tahun sebanyak 6 responden atau 14,3%, lebih dari 5 tahun sebanyak 2 responden atau 4,8%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Aman Syari'ah Sekampung adalah nasabah yang lama menjadi nasabah 3 tahun.

C. Analisis Data dan Pembahasan

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul dari berbagai sumber, dalam hal ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu.

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebar di Bank Aman Syari'ah Sekampung kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu melalui analisis variabel-variabel independen berupa kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap variabel dependen berupa kepuasan nasabah. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan computer melalui program SPSS 25.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebar kepada responden yang terdiri atas 24 item soal dan dibagi dalam 3 kategori yaitu :

- 12 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh atribut produk (X1);
- 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh penerapan nilai Islam (X2);
- 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang loyalitas nasabah (Y).

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut ini:

a. Pengaruh Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.3

TEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	7,1%	25	59,5%	14	33,3%	0	0%	0	0%
2	9	21,4%	15	35,7%	12	28,6%	6	14,3%	0	0%
3	13	31%	14	33,3%	9	21,4%	6	14,3%	0	0%
4	5	1,9%	20	47,6%	14	33,3%	3	7,1%	0	0%
5	6	4,3%	15	35,7%	19	45,2%	2	4,8%	0	0%
6	10	23,8%	21	50%	10	23,8%	1	2,4%	0	0%
7	8	19%	18	42,9%	14	33,3%	2	4,8%	0	0%
8	4	9,5%	22	52,4%	10	23,8%	6	14,3%	0	0%
9	7	6,7%	20	47,6%	13	31%	2	4,8%	0	0%
10	7	6,7%	13	31%	13	31%	6	14,3%	1	2,4%
11	5	1,9%	19	45,2%	14	33,3%	4	9,5%	0	0%
12	6	4,3%	14	33,3%	15	35,7%	7	16,7%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

b. Pengaruh Penerapan Nilai Islam (X2)

Tabel 4.4

TEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	23,8%	15	35,7%	9	21,4%	8	19%	0	0%
2	8	19%	13	31%	13	31%	8	19%	0	0%
3	5	1,9%	14	33,3%	19	45,2%	3	7,1%	1	2,4%
4	12	28,6%	18	42,9%	10	23,8%	2	4,8%	0	0%
5	9	21,4%	21	50%	11	26,2%	1	2,4%	0	0%
6	4	9,5%	19	45,2%	16	38,1%	3	7,1%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

c. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.5

TEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	7	16,7%	14	33,3%	16	38,1%	4	9,5%	1	2,4%
2	7	16,7%	19	45,2%	10	23,8%	6	14,3%	0	0%
3	4	9,5%	21	50%	16	38,1%	1	2,4%	0	0%
4	10	23,8%	17	40,5%	13	31%	2	4,8%	0	0%
5	9	21,4%	19	45,2%	10	23,8%	4	9,5%	0	0%
6	5	11,9%	9	21,4%	22	52,4%	6	14,3%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid dapat diketahui dengan cara mengorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r di atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid.

a. Uji Validitas

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Item	R	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,450	Valid
	X1.2	0,377	Valid
	X1.3	0,341	Valid
	X1.4	0,347	Valid
	X1.5	0,369	Valid
	X1.6	0,342	Valid
	X1.7	0,374	Valid
	X1.8	0,357	Valid
	X1.9	0,592	Valid
	X1.10	0,321	Valid
	X1.11	0,386	Valid
	X1.12	0,451	Valid
Nilai Islam (X2)	X2.1	0,359	Valid
	X2.2	0,380	Valid
	X2.3	0,333	Valid
	X2.4	0,452	Valid
	X2.5	0,408	Valid
	X2.6	0,307	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,526	Valid
	Y2	0,427	Valid
	Y3	0,359	Valid
	Y4	0,318	Valid
	Y5	0,334	Valid
	Y6	0,322	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai r lebih dari 0,30. Sehingga, dalam penelitian ini semua indikator dalam variabel Kualitas Produk, Nilai Islam dan Kepuasan Nasabah memenuhi persyaratan validitas secara statistic serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Nugroho dan suyuthi menegaskan bahwa kuesioner dikatakan reliable jika mempunyai nilai Alpha Cronbach's > dari 0.60.⁷⁴ Interpretasi dari nilai *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui reliable yaitu sebagai berikut :

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 – 0,20 = kurang reliable
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 – 0,40 = agak reliable
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 – 0,60 = cukup reliable
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 – 0,80 = reliabel
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 – 1,00 = sangat reliabel

⁷⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 25.0...*, 97.

Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,692	12

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk adalah reliable, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* yang reliable yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai 0,692.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Nilai Islam (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,620	6

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor Penerapan Nilai Islam adalah reliable, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* yang reliable yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai 0,620.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,757	6

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor Kepuasan Nasabh adalah reliable, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* yang reliable yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai 0,757.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas data ini digunakan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, maka untuk mengetahui normalitas dari data peneliti menyajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Produk	Nilai Is lam m	Kepuasan Nasa bah
N		42	42	42
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	44,07	22,02	21,76
	<i>Std. Deviation</i>	4,045	2,434	2,010
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,138	0,170	0,136
	<i>Positive</i>	0,094	0,139	0,085
	<i>Negative</i>	-0,138	- 0, 1 7 0	-0,136
<i>Test Statistic</i>		1,138	1,170	1,136
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,144	0,104	0,150
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Pada tabel diatas peneliti menggunakan nilai Sig. atau α sebesar 0,1 yang didasarkan pada tabel sampel *Kolmogorov-Smirnov* dengan total responden sebanyak 42 orang ($n = 42$). Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,144. Nilai ini dibandingkan dengan 0,1 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 10\%$) dalam mengambil keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai sig. atau signifikansi $< 0,1$, distribusi data tidak normal
- 2) Nilai sig. atau signifikansi $> 0,1$, distribusi data normal

Tabel 4.11
Keputusan Uji Normalitas Data

Nama Variabel	Nilai Asymp. Sig. (2-tailed)	Taraf Signifikansi	Keputusan
Kualitas Produk	0,144	0,1	Normal
Nilai Islam	0,104	0,1	Normal
Kepuasan Nasabah	0,150	0,1	Normal

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Dari hasil uji normalitas menggunakan *one-sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai 0,144 untuk variabel Kualitas Produk, nilai 0,104 untuk Penerapan Nilai Islam, dan nilai 0,150 untuk variabel Kepuasan Nasabah, sehingga nilai hasil uji pada tabel diatas diketahui $>0,1$ untuk itu hasil keputusan menyatakan bahwa distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*-nya. Jika VIF < 10 (kurang dari 10) dan nilai *tolerance*-nya $> 0,1$ (lebih dari 0,1, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel:

Tabel 4.12
Keputusan Uji Multikolinearitas

No.	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,860	1,162	Tidak Multikolinier
2	Nilai Islam (X2)	0,860	1,162	Tidak Multikolinier

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Berdasarkan dari hasil pengujian *coefficients* yang telah diperoleh di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,162 (variabel Kualitas Produk), dan 1,162 (variabel penerapan Nilai Islam), dengan demikian nilai tersebut <10 sehingga tidak terjadi multikolinier. Kemudian untuk nilai *Tolerance*-nya adalah 0,860 (variabel Kualitas Produk), dan 0,860 (variabel penerapan Nilai Islam), dengan demikian nilai tersebut >0,1 sehingga tidak terjadi multikolinier. Hasil ini berarti variabel-variabel tersebut terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih kecil dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.13

Hasil Analisis Uji Asumsi Heterokedastisitas

No.	Variabel Bebas	Sig.	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,155	Tidak Heterokedastisitas
2	Nilai Islam (X2)	0,548	Tidak Heterokedastisitas

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig. Kualitas produk sebesar $0,155 > 0,05$ dan nilai Sig. Nilai Islam sebesar $0,548 > 0,05$, hal ini berarti setiap variabel independen bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai signifikansi setiap variabel independen dengan nilai absolut residualnya dan menunjukkan bahwa nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari nilai absolut residualnya (0,05).

6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis

regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 25.0. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	4,917	3,783		4,207	0,000
	Kualitas Produk	0,142	0,183	0,185	2,513	0,031
	Nilai Islam	0,180	0,138	0,218	2,612	0,019

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel B di atas maka yang dapat diketahui :

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 4,917 hal ini berarti bahwa jika variabel Kualitas Produk dan Nilai Islam tetap atau tidak mengalami perubahan atau pengurangan, maka Kepuasan Nasabah Bank Aman Syari'ah Sekampung sebesar yaitu 4,917 satuan.

b. Kualitas Produk (X1)

Koefisien regresi variabel Kualitas Produk mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan begitu jika Kualitas Produk ditingkatkan 1 kali, maka

Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung akan meningkat sebesar 0,142 kali atau 14,2%. Maka sebaliknya jika diturunkan 1 kali maka produktivitas kerja akan menurun 14,2%.

c. Nilai Islam (X2)

Koefisien regresi variabel Nilai Islam mempunyai arahan positif dalam pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan begitu jika pada variabel Nilai Islam ditingkatkan 1 kali, maka Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung akan meningkat sebesar 0.180 kali atau 18%. Begitu pula sebaliknya jika diturunkan 1 kali maka produktivitas kerja akan menurun sebesar 18%.

Untuk itu model persamaan dari regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,917 + 0.142 X_1 + 0.180 X_2$$

$$Y = 5,239$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X1 = Kualitas Produk

X2 = Penerapan nilai Islam

7. Uji Hipotesis

a. Uji t-test

Tabel 4.15
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,917	3,783		4,207	0,000
	Kualitas Produk	0,142	0,183	0,185	2,513	0,031
	Nilai Islam	0,180	0,138	0,218	2,612	0,019

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikannya. Jika nilai sig. < dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun prosedurnya sebagai berikut:

- 1) H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) H_a : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) Menguji signifikansi variabel Kualitas Produk (X1)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kualitas produk adalah 2,513, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df = 41$ (didapat dari rumus $n-1$, dimana n adalah jumlah data). Di dapat t_{tabel} adalah 2,019.

Variabel Kualitas Produk memiliki nilai sig. 0,031 < 0,05 artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,513 > 2,019), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 (H_1) yang berbunyi “ Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari’ah Sekampung”, dapat diterima.

2) Menguji signifikansi variabel Penerapan Nilai Islam (X2)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien Penerapan Nilai Islam adalah 2,612. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika

mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df = 41$, didapat t_{tabel} adalah 2,019.

Variabel Penerapan Nilai Islam memiliki nilai sig. $0,019 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,612 > 2,019$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Penerapan Nilai Islam secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 2 (H_2) yang berbunyi “ Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari’ah Sekampung”, dapat diterima.

b. Uji F

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau jika nilai sig. $< 0,05$, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

Berdasarkan hasil uji SPSS for windows 25.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,428	2	5,714	21,445	,000 ^b
	Residual	154,191	39	3,954		
	Total	165,619	41			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

b. *Predictors: (Constant):* Nilai Islam, Kualitas Produk

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Dari hasil output diatas (ANOVA), terbaca nilai sebesar 21,445 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat diketahui bahwa ($21,445 > 3,23$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk dan Nilai Islam) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa 3 (H3) yang berbunyi “Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung”, dapat diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas produk dan penerapan nilai Islam) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagai berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,263 ^a	0,669	0,621	1,988

a. *Predictors: (Constant):* Nilai Islam, Kualitas Produk

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2020

Dalam tabel 4.16 (*model summary*) menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah 0,669 atau 66,9%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam, mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah sebesar 66,9%. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,9\% = 33,1\%$) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu Kualitas Produk dan Penerapan Islam berkontribusi mempengaruhi Kepuasan Nasabah sebesar 66,9%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

a. Berdasarkan uji parsial dari variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Bank Aman Syari'ah Sekampung, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa :

i. Kualitas Produk (X1)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, variabel Kualitas Produk jika dilihat dari uji t adalah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $2,153 > 2,019$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,031 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

ii. Penerapan Nilai Islam (X2)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, variabel Nilai Islam jika dilihat dari uji t adalah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $2,612 > 2,019$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,019 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Penerapan Nilai

Islam secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- b. Berdasarkan uji simultan, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Bank Aman Syari'ah Sekampung dimana hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $21,445 > 3,23$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk dan Nilai Islam) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Aman Syari'ah Sekampung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Praktisi

Bank Aman Syari'ah Sekampung diharapkan harus lebih meningkatkan kualitas produk dan juga Bank Aman Syari'ah Sekampung harus selalu menerapkan nilai islam dengan baik, semakin Bank Aman Syari'ah Sekampung menerapkan nilai Islam yang baik maka nasabah semakin puas dengan produk tersebut karena kepuasan yang di rasakan oleh nasabah pada Bank Aman Syari'ah Sekampung terlihat dari nilai

Islam yang telah diterapkan di Bank Aman Syari'ah Sekampung sehingga nasabah merasa aman dengan produk Bank Aman Syari'ah Sekampung.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

c. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Kinerja yang dimiliki Perbankan Syariah yang berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah tidak hanya mencakup Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam saja. Sehingga dianjurkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan syariah yang ada di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Mauludi. *Teknik Belajar Statistik 2*. Jakarta: Alim's Publishing, 2016.
- Arif, M. Nur Riyanto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Bungin Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Imam Ghozali. *Analisis Multifariate SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Juni Priansa Doni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran 1, Milenium ed.* Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002.
- M Hikmat Mahi. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*. Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2014.
- Muhammad. *Bank Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press, 2008.
- Mustofa Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Nur Rianto, Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Wirduyaningsih. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Zainuddin Ali. *Hukum Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 1486/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2019
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

11 Juni 2019

Kepada Yth:

1. Drs. Dri Santoso, M. H.
2. Zumaroh, S.E.I.,ME.Sy.
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : YURIDIS ANANG NUR PAKSI
NPM : 1502100229
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI BMT AL-HASANAH SEKAMPUNG

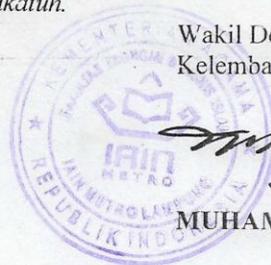
Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan



Muhammad Saleh
MUHAMMAD SALEH



PT.BPR SYARIAH
BANK AMAN SYARIAH



Jl. Raya Desa Sumbergede Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur Telp. 0725 5 100 000

Lampung Timur, 08 Juli 2020

No : 059/Research/BAS/VII/2020

Lamp : -

Kepada Yth.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

di.

Kota Metro

Perihal : Pemberian Izin Research

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Sehubungan dengan surat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Nomor : 1430/In.28/D.I/TL.00/06/2020 tanggal 10 Juni 2020 perihal Permohonan Izin Research pada PT BPRS Aman Syariah Lampung, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat menyetujui permohonan Izin Research, atas nama saudara :

Nama : **YURIDIS ANANG NUR PAKSI**
NPM : 1502100229
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Aman Syariah Sekampung"**.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1429/In.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **YURIDIS ANANG NUR PAKSI**
NPM : 1502100229
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Aman Syariah Sekampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.



Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 Juni 2020





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-599/ln.28/S/U.1/OT.01/07/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : YURIDIS ANANG NUR PAKSI
NPM : 1502100229
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100229

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 01 Oktober 2020
Kepala Perpustakaan,



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP. 1958083119810301001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

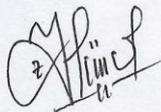
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41502, faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **IX / 2019-2020**

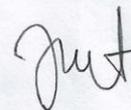
No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	18 Senin/ 18-11-2019	Zumaroh, M.E.Sy	1. Beri sampul 2. Kartu Konsultasi 3. Latar belakang masalah tidak tampak	

Dosen Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **IX / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa/ 07-01-20	✓	1. Sertakan Produk 2. Kualitas produk 3. Nilai Islam dalam Produk	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47226, website: www.syariahmetrosumiwa.ac.id E-mail: syariah.iaim@metrosumiwa.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **IX / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin / 20-01-20		1. Permasalahan pada latar belakang Harus lebih spesifik	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Zumarob, M.F. Sy
NIP. 197904222006042002

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Sabtu / 29.01/2020		1. Acc BAB I lanjut BAB II 2. Perkuat teori Kualitas Produk 3. Perkuat teori Indikator Kepuasan	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yuridis Anang Nur. P Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / SI PBS
NPM : 1502100229 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	31-1-2020	✓	Ace bab II, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I dan Penulisan bab III	✓
	6-2-2020	✓	<ul style="list-style-type: none">- Sebutkan jumlah populasi- Teknik pengambilan Sampling- cari rumus perhitungan sampel- Kisi-kisi instrumen digambarkan sesuai indikator teori- jenis angket dijelaskan- Analisis : masukkan rumus	✓

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

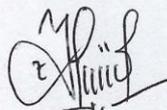
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17-2-2020	✓	acc proposal, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	Y

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.


Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

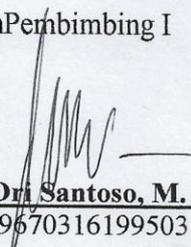
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<i>Ala - di Qumivok Cen -</i>	<i>J</i>

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.


Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 196703161995031001

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 02 Juli 2020		<ul style="list-style-type: none">- Pada LBM jabarkan permasalahan sesuai masukan pembahas- Indikator teori diperjelas supaya lebih terukur- Hipotesis jangan tertukar, sesuai rumusan masalah- Instrumen penelitian diperbaiki- Penulisan footnote seharusnya justify- Setelah menyajikan kutipan teori, narasikan kembali dengan bahasa peneliti sendiri- Rumus statistik perlu dijelaskan digunakan untuk apa dan akan menghasilkan apa	

Dosen Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksy
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 02 Juli 2020		ACC bab I-III, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan :Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100229 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 02 Juli 2020		ACC APD, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I dan pengumpulan data	

Dosen Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 02 Juli 2020		ACC outline, lanjutkan konsultasi ke pembimbing 1	

Dosen Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **X / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 09 Juli 2020		Acc Outline, APD, BAB 1-3.	

Dosen Pembimbing I

Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs.

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **XI / 2020-2021**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9-11-20		<ul style="list-style-type: none">- Tanggal akses dokumentasi dan penyebaran kuesioner disesuaikan dengan tanggal surat izin risetnya. Jangan sampai kadaluarsa- Perhatikan tata letak sub judul- Sajikan kondisi riil di lapangan, jangan idealnya menurut praktisi- Istilah asing dicetak miring- Banyak kesalahan dalam pengetikan, perbaiki.- Coba uraikan lagi point analisis hasil uji statistic (persentase yang diperoleh) berdasarkan hasil analisis data. Jangan hanya 1 kalimat- Masih terlalu panjang. Coba buat kesimpulan yang singkat, jelas, padat berdasarkan hasil penelitian di bab IV	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan :Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100229 Semester / TA : XI / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12-11-20		Pertajam analisis, interpretasikan hasil uji hipotesis. Pastikan rumusan masalah sudah terjawab	
	17-11-20		ACC bab IV-V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I dan persiapkan kelengkapan skripsi lainnya (cover-Riwayat hidup)	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yuridis Anang Nur. P** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
NPM : **1502100229** Semester / TA : **XI / 2020-2021**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 15 Desember 2020		Acc BAB 4-5.	

Dosen Pembimbing I



Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs.



Yuridis Anang Nur Paksi
NPM. 1502100229

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

A. Metode Kuisisioner (Angket untuk Nasabah)

Bagian A

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Usia : Tahun
4. Pendidikan terakhir
 - a. SD b. SMP c. SMA
 - d. D3 e. S1 f. S2
5. Pekerjaan
 - a. PNS b. Pegawai Swasta c. Wiraswasta
 - d. Pelajar/Mahasiswa e. Ibu Rumah Tangga f. Petani
 - g. Pedagang h. Lain-lain..... (sebutkan)
6. Lama menjadi nasabah di BAS Sekampung
 - a. Kurang dari 1 tahun b. 1 tahun c. 2 tahun
 - d. 3 tahun e. 4 tahun f. diatas 5 tahun

Bagian B

Silahkan jawab pernyataan berikut ini sesuai dengan pengalaman anda sebagai nasabah Bank Aman Syariah Sekampung dan memberikan tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pilihan anda. Setiap pernyataan terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Netral (N)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

A. Kualitas Produk

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Performa						
1	Produk pembiayaan <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah terjaga nilai syariahnya.					
2	Alur pembiayaan <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah tergolong mudah.					
Keistimewaan Tambahan						
3	Persyaratan pembiayaan produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah tergolong mudah.					
Kehandalan						
4	Produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah sudah berdasarkan prinsip kejujuran.					
5	Produk <i>Murabahah</i> pada Bank Aman Syari'ah mampu meningkatkan pendapatan atau mengembangkan usaha dari nasabah.					
Konformitas (Kesesuaian)						
6	Akad pada awal pembiayaan serta perjalanan sesuai dengan ketentuan syari'ah.					
Daya Tahan						
7	Produk <i>Murabahah</i> selalu menjadi minat utama dalam pembiayaan nasabah.					
8	Prinsip syari'ah pada produk <i>Murabahah</i> terjamin dari waktu ke waktu.					
Kemampuan Pelayanan						
9	Proses pelayanan yang cepat selalu diutamakan oleh petugas Bank Aman Syari'ah.					
10	Nilai kesopanan para petugas Bank Aman Syari'ah selalu dijaga terhadap nasabah.					
Estetika						
11	Produk yang ditawarkan Bank Aman Syari'ah variatif dan mudah dikenali.					
Kualitas yang Dipersepsikan						
12	Penerapan kualitas produk pada Bank Aman Syari'ah sesuai dengan prinsip islam di dalamnya.					

B. Nilai Islam

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
Prinsip Keadilan						
13	Dalam perjalanan pembiayaan <i>Murabahah</i> keuntungan dan kerugian usaha bersama-sama ditanggung oleh pihak nasabah dan Bank.					
Prinsip Kesederajatan						
14	Nasabah merasa adanya perbedaan perlakuan berdasarkan jenis pembiayaan oleh pihak bank.					
Prinsip Ketentraman						
15	Prinsip nilai islam dalam produk <i>Murabahah</i> dapat menimbulkan ketentraman bagi para nasabah.					
Kepercayaan						
16	Selama ini nasabah percaya dengan sistem operasional dari Bank Aman Syari'ah Sekampung.					
17	Bank Aman Syari'ah Sekampung memberikan kemudahan kepada nasabahnya sehingga timbul perasaan puas dan tidak ragu ketika melakukan transaksi.					
Persaingan Sehat						
18	Hal yang dilakukan Bank Aman Syari'ah Sekampung sangat sportif dalam mencari nasabah.					

C. Kepuasan Nasabah

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
Kehandalan						
19	Pelayanan yang diberikan oleh Bank Aman Syari'ah Sekampung dengan sangat cepat dan tepat waktu.					
20	Manajemen Bank Aman Syari'ah ini terdiri dari orang-orang yang terpercaya dan professional.					
Daya Tanggap						
21	Dalam proses pelayanan, pegawai Bank mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya.					
Jaminan						
22	Nasabah merasa puas dengan wawasan, kemampuan, keramahan, kesopanan serta kepercayaan yang dimiliki pegawai Bank Aman Syari'ah.					
Empati						
23	Nasabah selalu dihargai dan diberlakukan seperti keluarga sendiri sehingga permasalahan					

	yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik.					
Produk- Produk Fisik						
24	Fasilitas pelengkap yang disediakan oleh Bank Aman Syariah Sekampung membuat nyaman dalam melakukan transaksi di Bank.					

B. Metode Dokumentasi

1. Buku-buku dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.
2. Dokumentasi tentang data yang berkaitan dengan profil, sejarah, visi dan misi Bank Aman Syariah Sekampung.
3. Struktur organisasi di Bank Aman Syariah Sekampung.

Metro, 20 Juli 2020

Penulis,



Yuridis Anang Nur Paksi

NPM. 1502100229

Mengetahui,

Pembimbing I



Drs. Dri Santoso, M. H.
NIP. 196703161995031001

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

TABULASI HASIL ANGKET

NO. RESP.	Kualitas Produk											Penerapan Nilai Islam						Kepuasan Nasabah						TOTAL	
	Pernyataan											Pernyataan						Pernyataan							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5		Y1.6
1	3	3	3	3	3	5	4	2	2	1	2	2	2	2	1	2	4	2	1	2	3	5	4	3	64
2	5	5	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	5	4	4	5	3	95
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	94
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	79
5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	80
6	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	5	3	4	2	3	4	4	3	5	3	3	4	4	5	86
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
8	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	86
9	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	87
10	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
11	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
12	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	82
13	4	4	4	3	2	3	5	4	5	5	4	4	3	2	4	3	4	5	4	3	2	4	5	4	90
14	4	5	3	3	3	5	5	4	5	3	4	2	4	5	4	5	4	3	5	3	4	5	3	3	94
15	4	4	5	2	5	4	4	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	4	5	3	4	2	4	3	93
16	4	5	3	3	4	5	3	2	4	3	3	5	3	2	5	4	3	5	3	2	5	4	3	3	86
17	4	3	3	4	3	2	2	3	2	5	4	2	2	3	4	5	4	3	2	5	4	3	5	3	80
18	5	3	5	2	4	4	3	4	4	2	4	3	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	91
19	4	2	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	3	5	3	4	3	5	5	3	3	3	2	90
20	3	4	4	4	3	5	3	5	4	3	3	5	5	4	4	5	3	4	3	4	3	5	3	2	91
21	4	2	5	4	3	3	5	4	3	2	4	4	4	5	3	4	3	4	4	2	3	3	5	3	86
22	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	3	5	2	3	5	4	3	2	2	90
23	4	3	2	4	5	5	4	4	5	2	4	5	5	3	2	3	5	3	2	5	4	3	4	5	91
24	4	4	3	5	3	4	3	5	3	2	4	4	5	3	5	4	3	4	2	4	3	2	4	4	87
25	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	3	2	2	4	3	4	5	4	3	3	3	5	5	2	89
26	3	4	2	3	4	3	3	2	4	2	3	2	5	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	85
27	4	3	4	5	2	4	5	3	3	5	2	5	3	5	3	4	5	3	3	5	3	5	4	3	91
28	5	5	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	3	5	3	4	5	3	5	3	4	3	5	2	93
29	3	3	2	5	4	3	4	2	5	3	3	3	2	4	3	5	5	4	3	2	4	5	3	3	83
30	3	4	5	3	5	3	4	4	3	5	2	2	2	2	3	4	4	5	3	4	3	5	2	4	84
31	3	2	5	2	3	5	3	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	4	3	2	4	5	5	4	80
32	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	2	3	5	4	4	3	4	5	4	5	3	99
33	4	5	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	86
34	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	94
35	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	3	90
36	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	2	96
37	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	2	2	3	3	4	3	4	5	87
38	4	2	5	4	3	4	5	4	4	4	5	3	2	5	2	5	3	4	4	4	5	3	4	3	91
39	3	4	5	3	3	5	4	4	4	3	3	3	2	3	5	5	3	3	4	4	5	4	2	4	88
40	3	4	2	3	3	4	4	5	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	86
41	4	2	2	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	2	5	3	2	2	3	3	4	3	80
42	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	2	5	3	4	3	3	5	4	4	5	4	3	4	5	87

DATA UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS

1. Tabel Uji Validitas

		Correlations																									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	JUMLAH	
X1.1	Pearson Correlation	1	0,088	0,076	0,056	0,029	-0,029	0,121	0,014	0,073	0,157	,529 ^{**}	0,087	0,200	0,225	0,046	0,072	,326 [*]	0,123	0,247	0,137	0,081	-0,236	0,215	-0,172	,450 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		0,581	0,632	0,723	0,858	0,858	0,447	0,931	0,648	0,320	0,000	0,583	0,205	0,153	0,774	0,651	0,035	0,436	0,114	0,387	0,611	0,133	0,172	0,276	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
X1.2	Pearson Correlation	0,088	1	0,051	0,052	0,122	0,107	-0,047	-0,128	0,264	0,098	-0,152	0,047	-0,008	0,061	,385 [*]	0,154	0,019	0,083	0,176	0,070	0,144	0,218	-0,061	-0,124	,377 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,581		0,748	0,746	0,441	0,501	0,765	0,420	0,091	0,536	0,337	0,768	0,958	0,702	0,012	0,332	0,907	0,602	0,266	0,658	0,361	0,165	0,700	0,433	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.3	Pearson Correlation	0,076	0,051	1	-0,055	0,052	0,080	0,174	0,206	0,062	0,074	0,106	0,090	-0,019	0,115	0,043	0,264	-0,301	0,078	,319 [*]	0,029	0,114	-0,092	-0,097	-0,149	,341 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,632	0,748		0,729	0,745	0,613	0,271	0,190	0,696	0,640	0,503	0,571	0,905	0,468	0,789	0,091	0,053	0,622	0,040	0,857	0,474	0,564	0,542	0,347	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.4	Pearson Correlation	0,056	0,052	-0,055	1	0,113	-0,190	0,091	0,056	-0,061	0,267	-0,003	,353 [*]	-0,010	0,045	0,027	0,083	0,145	-0,137	-0,164	0,253	0,135	-0,090	0,096	-0,261	0,347	
	Sig. (2-tailed)	0,723	0,746	0,729		0,476	0,227	0,565	0,723	0,700	0,087	0,987	0,022	0,948	0,775	0,864	0,603	0,359	0,386	0,300	0,106	0,395	0,569	0,547	0,095	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.5	Pearson Correlation	0,029	0,122	0,052	0,113	1	-0,112	-0,113	-0,188	0,191	0,066	0,041	-0,010	-0,060	-0,075	-0,011	0,114	0,096	0,147	0,060	-0,002	0,193	-0,102	-0,090	-0,096	0,369	
	Sig. (2-tailed)	0,858	0,441	0,745	0,476		0,478	0,474	0,233	0,225	0,676	0,795	0,950	0,706	0,637	0,947	0,472	0,546	0,351	0,705	0,988	0,221	0,522	0,571	0,544	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.6	Pearson Correlation	-0,029	0,107	0,080	-0,190	-0,112	1	0,098	0,154	0,183	-,327 ^{**}	-0,108	,336 [*]	0,130	-0,031	-0,075	-0,153	0,034	-0,119	-0,064	0,044	,341 [*]	0,062	-0,193	0,023	0,342	
	Sig. (2-tailed)	0,858	0,501	0,613	0,227	0,478		0,536	0,330	0,247	0,034	0,495	0,030	0,413	0,844	0,636	0,333	0,830	0,454	0,685	0,782	0,027	0,695	0,221	0,886	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.7	Pearson Correlation	0,121	-0,047	0,174	0,091	-0,113	0,098	1	0,094	0,286	0,153	-0,038	0,048	-0,129	0,146	-0,183	-0,051	0,198	0,066	0,099	0,077	-0,014	0,118	0,095	-0,236	0,374	
	Sig. (2-tailed)	0,447	0,765	0,271	0,565	0,474	0,536		0,554	0,066	0,333	0,813	0,762	0,416	0,356	0,246	0,747	0,210	0,677	0,531	0,626	0,928	0,464	0,551	0,132	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.8	Pearson Correlation	0,014	-0,128	0,206	0,056	-0,188	0,154	0,094	1	0,205	0,130	0,264	0,215	-,338 ^{**}	0,028	0,100	0,005	-0,064	0,158	-0,075	,322 ^{**}	-0,083	-0,200	-0,153	0,051	,357 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,931	0,420	0,190	0,723	0,233	0,330	0,554		0,192	0,413	0,091	0,171	0,029	0,861	0,527	0,976	0,687	0,318	0,635	0,038	0,603	0,205	0,332	0,747	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.9	Pearson Correlation	0,073	0,264	0,062	-0,061	0,191	0,183	0,286	0,205	1	0,043	0,147	0,181	0,217	0,212	0,088	,308 [*]	0,165	,309 [*]	0,262	-0,085	0,300	0,193	-0,108	-0,068	,592 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	0,648	0,091	0,696	0,700	0,225	0,247	0,066	0,192		0,788	0,352	0,252	0,167	0,177	0,581	0,047	0,298	0,046	0,093	0,592	0,054	0,221	0,496	0,671	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.10	Pearson Correlation	0,157	0,098	0,074	0,267	0,066	-,327 ^{**}	0,153	0,130	0,043	1	0,064	0,039	-,365 ^{**}	-0,146	0,196	-0,051	0,278	0,204	0,141	0,300	-0,045	0,049	0,075	-0,188	,321 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,320	0,536	0,640	0,087	0,676	0,034	0,333	0,413	0,788		0,687	0,807	0,018	0,355	0,214	0,748	0,075	0,194	0,374	0,053	0,780	0,757	0,638	0,234	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.11	Pearson Correlation	,529 ^{**}	-0,152	0,106	-0,003	0,041	-0,108	-0,038	0,264	0,147	0,064	1	0,022	0,221	0,188	0,056	0,076	-0,024	-0,126	0,301	-0,002	0,057	-,581 ^{**}	0,143	-0,059	0,386	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,337	0,503	0,987	0,795	0,495	0,813	0,091	0,352	0,687		0,892	0,159	0,233	0,725	0,634	0,880	0,428	0,053	0,989	0,719	0,000	0,367	0,711	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X1.12	Pearson Correlation	0,087	0,047	0,090	,353 [*]	-0,010	,336 [*]	0,048	0,215	0,181	0,039	0,022	1	0,265	0,064	0,245	-0,094	0,062	0,106	0,028	0,272	0,163	-0,298	-0,056	0,033	,451 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	0,583	0,788	0,571	0,022	0,950	0,030	0,762	0,171	0,252	0,807	0,892		0,090	0,689	0,118	0,555	0,698	0,505	0,860	0,082	0,301	0,055	0,727	0,834	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X2.1	Pearson Correlation	0,200	-0,008	-0,019	-0,010	-0,060	0,130	-0,129	-,338 ^{**}	0,217	-,365 ^{**}	0,221	0,265	1	0,125	0,124	-0,019	-0,074	-0,163	0,068	0,090	-0,101	-0,122	-0,057	0,070	0,359	
	Sig. (2-tailed)	0,205	0,958	0,905	0,948	0,706	0,413	0,416	0,029	0,167	0,018	0,159	0,090		0,431	0,432	0,903	0,642	0,302	0,668	0,569	0,525	0,442	0,720	0,658	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X2.2	Pearson Correlation	0,225	0,061	0,115	0,045	-0,075	-0,031	0,146	0,028	0,212	-0,146	0,188	0,064	0,125	1	0,040	,309 [*]	0,221	-0,031	,396 ^{**}	0,090	0,035	-0,014	-0,013	-,372 ^{**}	,380 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,153	0,702	0,468	0,775	0,637	0,844	0,356	0,861	0,177	0,355	0,233	0,689	0,431		0,799	0,047	0,160	0,845	0,009	0,571	0,826	0,930	0,933	0,015	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X2.3	Pearson Correlation	0,046	,385 [*]	0,043	0,027	-0,011	-0,075	-0,183	0,100	0,088	0,196	0,056	0,245	0,124	0,040	1	0,190	-0,296	0,148	0,285	0,200	0,013	-0,091	-,334 ^{**}	-0,028	,333 [*]	
	Sig. (2-tailed)	0,774	0,012	0,789	0,864	0,947	0,636	0,246	0,527	0,581	0,214	0,725	0,118	0,432	0,799		0,229	0,057	0,351	0,068	0,205	0,933	0,566	0,031	0,861	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X2.4	Pearson Correlation	0,072	0,154	0,264	0,083	0,114	-0,153	-0,051	0,005	,308 [*]	-0,051	0,076	-0,094	-0,019	,309 [*]	0,190	1	-0,233	0,265	,355 ^{**}	0,039	,430 ^{**}	0,190	0,050	-0,045	,452 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	0,651	0,332	0,091	0,603	0,472	0,333	0,747	0,976	0,047	0,748	0,634	0,555	0,903	0,047	0,229		0,138	0,090	0,021	0,804	0,005	0,229	0,753	0,775	0,000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	
X2.5	Pearson Correlation	,326 [*]	0,019	-0,301	0,145	0,096	0,034	0,198	-0,064	0,165	0,278	-0,024	0,062	-0,074	-0,296	-0,233	1										

2. Tabel Uji Reliabilitas

a. Kualitas Produk

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	42	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	42	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,692	12

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	40,33	14,764	0,378	0,656
X1.2	40,43	14,592	0,307	0,696
X1.3	40,26	13,661	0,310	0,664
X1.4	40,43	14,690	0,372	0,674
X1.5	40,48	15,426	0,347	0,605
X1.6	40,12	15,522	0,342	0,605
X1.7	40,31	14,463	0,396	0,668
X1.8	40,50	14,061	0,342	0,655
X1.9	40,31	13,585	0,369	0,623
X1.10	40,52	13,865	0,372	0,677
X1.11	40,48	14,646	0,362	0,677
X1.12	40,62	13,315	0,314	0,631

b. Nilai Islam

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	42	100,0
	Excluded ^a	0	0,0

	Total	42	100,0
--	-------	----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,620	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	18,38	4,729	0,418	0,655
X2.2	18,52	3,719	0,398	0,627
X2.3	18,57	4,739	0,303	0,682
X2.4	18,07	4,361	0,344	0,672
X2.5	18,12	5,864	0,440	0,741
X2.6	18,45	5,132	0,480	0,616

c. Kepuasan Nasabah

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	42	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	42	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
0,757	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	18,24	3,113	0,403	0,608

Y1.2	18,12	3,181	0,303	0,604
Y1.3	18,10	3,357	0,484	0,676
Y1.4	17,93	4,019	0,407	0,655
Y1.5	17,98	3,780	0,357	0,606
Y1.6	18,45	3,278	0,302	0,704

3. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Produk	Nilai Islam	Kepuasan Nasabah
N		42	42	42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	44,07	22,02	21,76
	Std. Deviation	4,045	2,434	2,010
Most Extreme Differences	Absolute	0,138	0,170	0,136
	Positive	0,094	0,139	0,085
	Negative	-0,138	-0,170	-0,136
Test Statistic		1,138	1,170	1,136
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,144	0,104	0,15

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Islam, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,263 ^a	0,069	0,021	1,988

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,428	2	5,714	1,445	,248 ^b
	Residual	154,191	39	3,954		
	Total	165,619	41			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,917	3,783		4,207	0,000		
	Kualitas Produk	0,042	0,083	0,085	0,513	0,611	0,860	1,162
	Nilai Islam	0,180	0,138	0,218	1,312	0,197	0,860	1,162

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficient Correlations ^a				
Model			Nilai Islam	Kualitas Produk
1	Correlations	Nilai Islam	1,000	-0,374
		Kualitas Produk	-0,374	1,000
	Covariances	Nilai Islam	0,019	-0,004
		Kualitas Produk	-0,004	0,007

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Collinearity Diagnostics ^a						
Model		Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Produk	Nilai Islam
1	1	2,989	1,000	0,00	0,00	0,00
	2	0,007	20,963	0,12	0,22	0,99
	3	0,004	27,111	0,88	0,78	0,01

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Uji Heterokedastisitas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Islam, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,226 ^a	0,051	0,003	1,06292

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,382	2	1,191	1,054	,358 ^b
	Residual	44,062	39	1,130		
	Total	46,445	41			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,448	2,023		1,705	0,096
	Kualitas Produk	-0,064	0,044	-0,244	-1,451	0,155
	Nilai Islam	0,045	0,074	0,102	0,606	0,548

a. Dependent Variable: RES2

5. Uji Regresi Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Islam, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,263 ^a	0,669	0,621	1,988

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,428	2	5,714	21,445	,000 ^b
	Residual	154,191	39	3,954		
	Total	165,619	41			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,917	3,783		4,207	0,000
	Kualitas Produk	0,142	0,183	0,185	2,513	0,031
	Nilai Islam	0,180	0,138	0,218	2,612	0,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

6. Tabel Uji t dan f

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Islam, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	,263 ^a	0,669	0,621	1,988
---	-------------------	-------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,428	2	5,714	21,445	,000 ^b
	Residual	154,191	39	3,954		
	Total	165,619	41			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,917	3,783		4,207	0,000
	Kualitas Produk	0,142	0,183	0,185	2,513	0,031
	Nilai Islam	0,180	0,138	0,218	2,612	0,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Desa Karya Tani, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 10 Agustus 1998 yang diberi nama Yuridis Anang Nur Paksi anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Barindi dan ibu Binti Ngafifah.

Pendidikan formal peneliti dimulai di SDN Karya Tani di Kecamatan Labuhan Maringgai Lampung Timur dan lulus pada tahun 2010, melanjutkan di SMP Negeri 1 Pasir Sakti Lampung Timur dan lulus pada tahun 2013, dan pendidikan SMA Negeri 4 Metro lulus pada tahun 2015.

Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan prodi S1 Perbankan Syariah (PBS) di mulai pada semester 1 tahun ajaran 2015.