

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN IB
HIJRAH DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK MUAMALAT KCP CURUP**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



OLEH:

**DUI VETRI
NIM: 17631031**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP
2021**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
di-

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

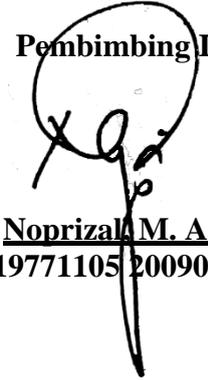
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Dui Vetri** mahasiswi IAIN Curup yang berjudul "***Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup***", sudah dapat diajukan dalam Sidang Munaqasyah Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

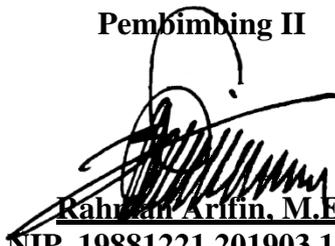
Wasallamu'alaikum Wr. Wb

Curup, 16 November 2021

Pembimbing I


Noprizal M. Ag
NIP. 19771105 200901 1 007

Pembimbing II


Rahman Arifin, M.E
NIP. 19881221 201903 1 009

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dui vetri
NIM : 17631031
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup*", saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas dari plagiat karya orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 16 November 2021

Peneliti



Dui Vetri
NIM.17631031



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. Ak. Gani No. 01 Kotak Pos 108, Telp / Fax (0732) 21010
Homepage: <http://www.iaicurup.ac.id> email: admin@iaicurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

No: 0144/In.34/FSEI/I/PP.00.9/II/2022

Nama : Dui Vetri
NIM : 17631031
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup

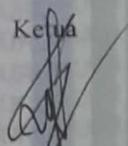
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 09 Desember 2021
Pukul : 08.00 WIB s/d 09.30 WIB
Tempat : Ruang 1 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

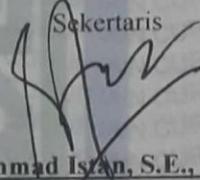
Dan telah diterima untuk memperbaiki sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, Februari 2022

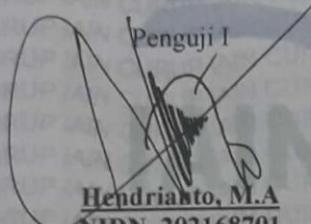
Ketua


Lendrawati, S.Ag., S.Pd., M.A
NIDN. 2007037703

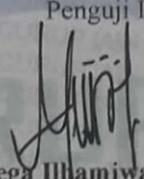
Sekretaris


Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M
NIP. 197502192006041008

Penguji I

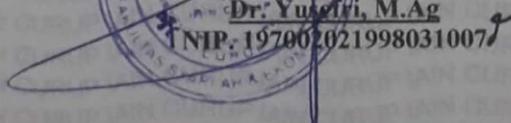

Hendriahto, M.A
NIDN. 202168701

Penguji II


Mega Ilhamiwati, M.A
NIP. 198610242019032007

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup




Dr. Yusufri, M.Ag
NIP. 197002021998031007

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya bagi seluruh umatnya. Shalawat beserta salam kita kirimkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang memberikan dan menyampaikan petunjuk yang benar. Dan kepada keluarganya, para sahabat serta pengikutnya semoga tetap mendapatkan kesejahteraan dari Allah Ta'ala.

Alhamdulillah, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup.*** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini, memang tidak sedikit kendala yang dihadapi oleh peneliti baik menyangkut waktu, pengumpulan data dan lain sebagainya. Namun berkat nikmat Allah SWT, rasa terima kasih yang tulus peneliti sampaikan karena telah memberikan kesehatan, kemampuan berpikir sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian peneliti tidak lupa juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibuku dan Bapakku yang selalu mendoakan serta memberikan semangat.
2. Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri IAIN Curup.
3. Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
4. Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah.
5. Muhammad Solihin, M.Si selaku Pembimbing Akademik (PA) yang selalu mengarahkan dan memotivasi peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Noprizal M.Ag Pembimbing I dan Rahman Arifin, M.E Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan dengan rasa sabar dan ikhlas dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen IAIN Curup yang telah mengajarkan banyak ilmu selama masa perkuliahan peneliti.
8. Seluruh narasumber yang peneliti wawancarai terutama di Bank Muamalat KCP Curup dan responden yang telah membantu penulis memberikan informasi dalam melakukan penelitian ini.
9. Seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti mengharapkan dari pembaca untuk memberikan kritik dan saran karena peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua. Atas kritik dan saran dari pembaca peneliti mengucapkan terima kasih.

Curup, 16 November 2021



Dui Vetri
NIM.17631031

MOTTO

"Jangan pernah menyesali suatu hari dalam hidupmu, hari yang baik memberikan kebahagiaan, hari yang buruk memberikan pengalaman, hari yang sia-sia memberikan pelajaran dan hari terbaik memberikan kenangan"

{UcantLingga}

"Jika Anda malas, rajinkan diri. Kalau Anda takut, beranikan diri. Kalau Anda tidak tahu, bertanyalah. Kalau Anda gagal, coba lagi. Kalau itu Anda teruskan, sukses akan menjadi nyata, kalau tidak segera pasti nanti"

{Mario Teguh}

"Jika engkau sudah berada di jalan yang benar, maka berlarilah. Jika sulit bagimu, maka berlarilah kecil. Jika kamu lelah, berjalanlah. Jika itupun tidak mampu, merangkaklah. Namun, jangan pernah berbalik arah atau berhenti"

{Imam Syafi'i}

Persembahan

Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada-MU karena sudah menghadirkan orang-orang disekeliling saya yang selalu memberi semangat dan do'a sehingga skripsi saya ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan rahmat Allah SWT, skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

- Kedua Orang Tuaku tercinta (Ayahku Rupandi) yang selalu memberikan motivasi, kebahagiaan dalam hidupku, mencukupi semua kebutuhanku dan selalu berjuang untuk membuat anakmu ini menjadi seorang perempuan dengan pendidikan yang baik, dan untuk (Ibuku Agustia Herawati) yang selalu menjadi sumber kekuatan, memberikan semangat dan selalu berdo'a untuk anakmu ini. Terimakasih untuk Ayah dan Ibu ku tercinta yang tak kenal lelah berkorban apapun hanya untuk ku sehingga aku bisa menyelesaikan pendidikan S.1.
- Untuk Ayukku tersayang Wilia Sari Suryandani S.Pd, Adik Bungsku Dora Melidiah, Kakak Iparku Hengki Irawan dan Good Person Andrean Pratama yang selalu memberikan dukungan serta semangat untuk menyelesaikan pendidikan S.1.
- Untuk Kedua Keponakkan ku Atika Zahra Ratifa dan Aizah Syakira yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan pendidikan S.1.

ABSTRAK

Dui Vetri (17631031)

Pengaruh Keunggulan produk Tabungan iB Hijrah dan pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup

Tabungan iB Hijrah adalah produk simpanan atau investasi berdasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah* yang sesuai dengan prinsip syariah dan mempunyai berbagai fasilitas serta keunggulan dari produknya, Bank Muamalat menciptakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat salah satunya produk tabungan iB Hijrah yang menawarkan prinsip akad *wadi'ah yad dhamanah* yang mana keunggulannya yaitu tidak terdapat potongan administrasi setiap bulannya. Tetapi, pada kenyataannya masih terdapat potongan saat menggunakan produk tabungan iB Hijrah ini. Selain memberikan keunggulan produk tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Curup juga berupaya memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang menekankan pada penjelasan hubungan antara variabel independen yang berupa Keunggulan produk Tabungan iB Hijrah dan pelayanan dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Metode pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil kuesioner dari 34 responden yang merupakan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, sedangkan data sekunder pada penelitian ini yaitu diambil dari wawancara yang dilakukan terhadap guru-guru yayasan al-amin dan karyawan Bank Muamalat KCP Curup serta hasil kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian.

Temuan dari penelitian ini adalah: (1) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai $t_{hitung} (1.219) < t_{tabel} (2.040)$ dan nilai signifikan $0.229 > 0.05$. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai $t_{hitung} (2.828) > t_{tabel} (2.040)$ dan nilai signifikan $0.007 < 0.05$. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diketahui dengan nilai $F_{hitung} (7.339) > F_{tabel} (3.30)$ dan nilai signifikan $0.002 > 0.05$.

Kata Kunci: Pengaruh, keunggulan, Tabungan iB Hijrah, Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Hipotesis penelitian	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan penelitian	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Literatur.....	10
H. Definisi Operasional	14
I. Metodologi Penelitian.....	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengaruh.....	32
B. Keunggulan produk.....	33
C. Pelayanan	40
D. Kepuasan Nasabah	49

BAB III GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT KCP CURUP

A. Bank Muamalat KCP Curup	56
B. Yayasan Al-Amin Curup.....	75

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup.....	91
B. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup.....	92
C. Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup	94

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skala Likert Angket	19
Tabel 3.1	Sub Branch manager Bank Muamalat KCP Curup.....	61
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Produk (X_1)	81
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_2)	82
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	82
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Produk (X_1)	83
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X_2).....	83
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y).....	83
Tabel 4.8	Uji Normalitas	85
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel 4.10	Uji Heterokedastisitas	87
Tabel 4.11	Uji Autokolerasi	88
Tabel 4.12	Uji Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.13	Uji Koefisien Regresi Parsial (uji t)	90
Tabel 4.14	Uji Koefisien Regresi Simultan (uji f)	94
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Bank Muamalat.....	63
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Curup	64
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Yayasan Al-Amin	78
Gambar 4.1 Kurva Uji t.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah diatur dalam Undang-undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, serta cara proses dalam kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.¹ Bank merupakan entitas yang melaksanakan kegiatannya dengan menghimpun dana dari masyarakat dengan bentuk pembiayaan atau menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk-bentuk lainnya.

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah, imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank, perjanjian (*akad*) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad tersebut.²

Bank Muamalat merupakan lembaga keuangan syariah yang menyalurkan tabungan iB Hijrah menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* yang mana produk ini dapat membantu kebutuhan masyarakat, selain menghimpun dan menyalurkan dana kembali kepada masyarakat melalui pembiayaan berdasarkan prinsip syariah untuk kemaslahatan umat, bank muamalat juga telah menerapkan pola usaha dengan prinsip bagi hasil sebagai salah satu prinsip

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal. 25

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Surabaya: Kencana, 2010), hal. 31

produk dalam kegiatan perbankan syariah, prinsip tersebut akan memenuhi rasa tanggung jawab pada masing-masing pihak baik bank maupun nasabah.³

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan yang mana kepuasan nasabah adalah aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan nasabah ditentukan kualitas produk dan layanan yang dikehendaki oleh nasabah, nasabah akan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.⁴

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, pelayanan sangat penting untuk dilakukan perbankan khususnya perbankan syariah, pelayanan merupakan perilaku bank dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Dalam memberikan pelayanan setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda dengan perusahaan lain. Namun, jenis pelayanan terdiri dari 2 kelompok yaitu, pelayanan pelayanan di dalam, artinya pelayanan antar karyawan dan pimpinan atau antar sesama karyawan dan pelayanan ke luar, artinya pelayanan yang diberikan kepada nasabah atau pelanggan.⁵

Setiap bank atau perusahaan jasa lainnya ada yang bertugas melayani nasabah secara langsung yaitu *frontliner*, *frontliner* terdiri dari *teller*, *customer*

³ Agus Harjito dan Martono, *Manajemen Keuangan, Cet II*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2002), hal. 94

⁴ Muhammad Syafei Antonio, "*Bank Syariah: Teori dan Praktik*", (Jakarta: Gema Insani Press, 2000) hal. 16

⁵ Kasmir, *Customer Service Excellent, Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2017), hal. 45

service dan *security*. Ditempatkan dibarisan terdepan dari sebuah perusahaan layanan jasa yang tentunya akan sering berhadapan dengan nasabah maka dari itu *frontliner* wajib memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat menciptakan kesan yang baik dimata nasabah.⁶

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.⁷ Selain pelayanan yang baik produk yang unggul juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sektor perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing, Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan.

Dalam menjalankan operasinya Bank Muamalat KCP Curup selain menerapkan pelayanan, Bank Muamalat KCP Curup selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan yang dimiliki oleh bank-bank lain sebagai pesaingnya. Produk yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Curup berupa produk penghimpunan dana tabungan iB Hijrah, Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB), Tabungan iB Hijrah Payroll, Tabungan iB Hijrah Vallas, Tabungan iB Hijrah Rencana, Tabungan iB Hijrah Prima, Tabungan iB Simpel, Tabungan iB Hijrah Haji.⁸ Setiap produk-produk tersebut mempunyai fasilitas dan keunggulan yang berbeda satu dengan yang lainnya, diantara produk tersebut yang merupakan produk unggulan Bank

⁶ Kasmir, hal. 46

⁷ Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I (Jakarta: Erlangga, 2008)

⁸ Anonim, *Produk Tabungan Bank Muamalat*, 2021, <https://www.bankmuamalat.co.id> di akses pada tanggal 23 Agustus 2021, Pukul 15.50

Muamalat KCP Curup adalah Tabungan iB Hijrah yang menggunakan akad *wadi'ah* atau lebih tepatnya akad *wadi'ah yad dhamanah* atau titipan.

Tabungan iB Hijrah ini menjadi tabungan unggulan di Bank Muamalat KCP Curup dikarenakan sebanyak 2.500 nasabah yang menggunakan produk tabungan iB Hijrah ini, sehingga produk ini menjadi produk andalan bagi bank muamalat. Keunggulan dari produk tabungan iB Hijrah diantaranya yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan, bebas biaya tarik tunai di jaringan prima atau bersama jika saldo diatas Rp.10.000.000 juta rupiah maksimal 10 kali perbulan, gratis transfer diatas Rp.25.000.000 juta rupiah di bank lain, bebas biaya *realtime* transfer melalui *mobile banking* atau *internet banking* Muamalat, mendapatkan bonus dari pihak bank dan dapat mengikuti program atau promo lainnya di Bank Muamalat. Pihak bank nantinya dapat menggunakan atau memanfaatkan titipan tersebut, sehingga keuntungan yang didapatkan dari hasil dana titipan tersebut menjadi milik bank dan sebagai imbalan nasabah yang melakukan titipan tersebut mendapatkan bonus dari keuntungan tersebut.⁹

Tabungan iB Hijrah yang berakad *wadi'ah yad dhamanah* keuntungan yang didapatkan oleh nasabah tidak bisa secara maksimal, dikarenakan bonus yang diberikan oleh pihak Bank Muamalat tidak berubah dalam per tahun, sedangkan pada Tabungan iB Hijrah yang berakad *wadi'ah yad dhamanah* keuntungan yang diperoleh nasabah kemungkinan bisa dipertainkan oleh pihak bank karena yang menentukan bonus adalah dari pihak bank. Tabungan iB Hijrah yang berakad *wadi'ah yad dhamanah* ini belum dapat menjangkau

⁹Aditya Dian Eko Putra, *Sub Branch Manager, Wawancara*, tanggal 1 September 2021, Pukul 16.15 WIB.

kesektor riil dengan optimal hal ini dikarenakan *wadi'ah yad dhamanah* hanya merupakan titipan walaupun uangnya dapat dipergunakan oleh bank tetapi untuk resiko yang lebih kecil.¹⁰ Menangani dalam masalah informasi yang ada pada Tabungan iB Hijrah yang berakad *wadi'ah yad dhamanah* belum dipahami secara menyeluruh oleh nasabah karena nasabah beranggapan ia tidak mengetahui apa itu akad *wadi'ah* dan ia hanya menabung saja di bank.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah Bank Muamalat KCP Curup dalam hal pelayanan bahwasannya yaitu:¹¹

Pada saat nasabah ingin transaksi melalui M-Banking dan transaksi melalui ATM tetapi M-Banking ini sering mengalami kendala seperti, sering terjadinya pemblokiran, tidak dapat diakses dan ATM tidak dapat digunakan, kemudian pada saat meminta bantuan kepada pihak karyawan bank hal ini mengalami penyelesaian yang cukup lama, sehingga mengakibatkan nasabah tidak bisa bertransaksi melalui M-Banking dan ATM kemudian mereka harus mengambil uang melalui Teller, sedangkan Teller kurang karyawan dalam melayani nasabahnya, sedangkan nasabah banyak melakukan transaksi dan Teller hanya satu orang yang melayani sehingga hal ini mengakibatkan nasabah mengantri cukup lama dan merasa bosan menunggu antrian yang panjang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah Bank Muamalat KCP Curup mengenai keunggulan produk tabungan iB Hijrah bahwasannya yaitu:¹²

Diketahui bahwasannya keunggulan produk tabungan iB Hijrah ini salah satunya yaitu tidak terdapat potongan biaya administrasi setiap bulannya, tetapi pada kenyataannya masih terdapat potongan saat menggunakan produk tabungan iB Hijrah ini. Seperti, setiap bulannya ATM Classic mendapatkan potongan sebesar Rp. 2500, hal ini tentunya tidak sesuai dengan keunggulan produk yang diberikan.

¹⁰Muhammad Syafei Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 87

¹¹Desi Marlina, *Nasabah, Wawancara*, Tanggal 08 Oktober 2021, Pukul 09.30 WIB.

¹²Nursaniawaty, *Nasabah, Wawancara*, Tanggal 09 Oktober 2021, Pukul 09.00 WIB.

Hal ini tentunya akan berdampak pada kurangnya tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan dan keunggulan produk yang diberikan oleh pihak bank, sedangkan kualitas pelayanan dan keunggulan produk adalah hal yang penting untuk sebuah bank, produk-produk yang dihasilkan harus sesuai dengan dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya.¹³

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Curup, sudah berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak bank untuk mempertahankan nasabahnya ataupun menarik nasabah secara tidak langsung, seperti meningkatkan kualitas produk, khususnya produk yang telah di unggulkan oleh Bank Muamalat KCP Curup yaitu tabungan iB Hijrah. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup”**.

B. Batasan Masalah

Melihat aspek yang begitu luas, agar penelitian ini lebih terarah kepada permasalahan yang dimaksud, maka peneliti dalam penelitian ini membatasi dengan ruang lingkup yang sempit sehingga pembatasan berfokus pada masalah

¹³Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 82

yang akan diteliti. Oleh sebab itu peneliti membatasi penulisan ini pada nasabah yang ada di Yayasan Al-Amin.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, hipotesis berasal dari kata "*hypo*" yang berarti "dibawah" dan "*thesa*" yang berarti "kebenaran". Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.¹⁴ Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum jawaban empiris.

Dari penjelasan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada beberapa hipotesis yang dapat diambil sebagai jawaban sementara yaitu sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel keunggulan produk tabungan iB Hijrah secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.
2. H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel keunggulan produ tabungan iB Hijrah secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

¹⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Depok: PT RajaGravindo Persada, 2012), Hal.63

4. H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.
5. H_o : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.
6. H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh keunggulan produk tabungan iB Hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup ?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup ?
3. Apakah ada pengaruh secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk tabungan iB Hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Curup.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai keunggulan produk tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat serta juga diharapkan dapat jadi rujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Secara praktis

Secara praktis, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Kegiatan penelitian ini dijadikan sebagai pengalaman yang berharga dalam upaya meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengembangkan ilmu perbankan dan dapat memberikan gambaran mengenai keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

b. Bagi Civitas Akademik

Manfaat bagi akademik dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat digunakan dalam proses belajar mengajar khususnya dalam pembelajaran mengenai perbankan syariah.

c. Bagi Bank Muamalat KCP Curup

Dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan kepada Bank Muamalat KCP Curup, untuk dijadikan bahan evaluasi dengan adanya keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan Pelayanan yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan nasabah.

G. Kajian Literatur

Melihat judul dan masalah yang akan diteliti, maka perlu dilakukan perbandingan serta mengungkapkan fenomena yang sama dalam sudut pandang yang berbeda sehingga dapat diharapkan memperkaya pengetahuan. Di bawah ini akan diuraikan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

1. Novita Sari/16 0402 0147, (2020), skripsi **“Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi’ah dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo,”** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Masalah yang terdapat dalam penelitian ini dilatarbelakangi bahwa persaingan antar bank semakin kuat sehingga setiap bank dituntut untuk mampu bertahan dalam persaingan bisnis perbankan, kemudian dalam perkembangannya akad *wadi’ah* terasa kurang dikenal dikalangan masyarakat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 23. Hasil dari uji regresi linier berganda diketahui bahwa ternyata variabel penerapan nilai islam merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dibandingkan dengan variabel keunggulan produk *wadi’dah*.

2. Septiana Dwi Exmawati/3223103063, (2014), skripsi **”Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung.”**

Masalah pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh keunggulan produk diciptakan Bank Muamalat Tulungagung agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati jasa yang diberikan bank tersebut, kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan SPSS 16.00. Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan Nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan 0,000, selanjutnya variabel keunggulan produk dengan tingkat signifikan 0,02. Sedangkan dari uji F

ternyata pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan keunggulan produk.

3. Miming Okta Nuraini/210214113, (2018), skripsi **"Pengaruh Kualitas pelayanan dan Keunggulan produk terhadap kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Ponogoro."**

Masalah pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh BRI Syariah KCP Ponorogo selalu berupaya memberikan kualitas produk yang unggul dibandingkan dengan produk-produk di bank syariah lain. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi dan analisis data menggunakan program SPSS 16.0. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini diketahui dari nilai X_1 dan Y sebesar 0,858. Kemudian tidak terdapat pengaruh antara keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah hal ini dapat diketahui dari nilai X_2 dan Y adalah sebesar 0,773, kemudian ada pengaruh kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah hal ini dibuktikan dari analisis bahwa taraf kesalahan 5% dengan *R Square* adalah 0,571 atau 57,1%. Hal ini berarti sebesar 57,1% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen artinya, 57,1% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan oleh variasi dan variabel kualitas pelayanan dan keunggulan produk.

4. Ida Fitriani/141264410, (2018), judul **“Kepuasan Nasabah terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro,”** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Masalah pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbandingan antara harapan sebelum melakukan proses pembelian atau menerima pelayanan dengan keadaan setelah melakukannya, kemudian adanya nasabah yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah di kota Metro. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah adanya kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk dan pelayanan bank syariah di kota Metro, kepuasan masyarakat Metro Timur terhadap produk dan pelayanan bank syariah hanya sebatas kemurahan saja, sedangkan ketidakpuasan nasabah terhadap produk bank syariah di Kota Metro adalah tidak adanya kelebihan produk yang lain, seperti kemudahan dan produk yang dapat menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang. Sedangkan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah yaitu dimensi berwujud seperti senyum, sapa, salam dan berpenampilan, ketidakpuasan nasabah pada bank syariah di Kota Metro Timur yaitu kurang cepat dan efisien dalam melayani nasabah.

5. Harka Pratikto/15.0101.0253, (2019), judul, **“Pengaruh Keunggulan Produk, Rasa Percaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat “Kusuma Sumbing” Kantor Cabang Temanggung,”**

Masalah pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan antar bank menuntut perusahaan semakin meningkatkan pelayanan untuk merebut nasabah, produk yang unggul memungkinkan untuk merebut pangsa pasar di

dukung dengan rasa percaya dan kualitas pelayanan diharapkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan menggunakan program SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan produk, rasa percaya dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan sebagai variabel terkuat yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas terdapat perbedaan antara penelitian yang ingin diteliti dengan penelitian sebelumnya, yaitu pada variabel terikat penelitian saat ini menggunakan variabel keunggulan produk yang mana hanya membahas satu keunggulan produk saja yaitu produk tabungan iB Hijrah, sedangkan pada penelitian terdahulu hampir semua peneliti membahas semua keunggulan produk.

Penelitian ini berfokus pada kepuasan nasabah dan melihat adakah pengaruh pada keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah, apabila kepuasan sudah sesuai dengan harapan maka akan terciptanya kepuasan sehingga dapat meningkatkan nasabah setiap tahunnya.

H. Definisi Operasional

Definisi Operasional menurut Kountur mengatakan penjelasan atau suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini memberikan

informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.¹⁵ Maka peneliti perlu menjelaskan definisi dari judul penelitian tersebut:

1. Pengaruh

Menurut Louis Gottschalk mendefinisikan pengaruh sebagai suatu efek yang tegar dan membentuk terhadap pikiran dan perilaku manusia baik sendiri-sendiri maupun kolektif,¹⁶ sedangkan menurut Babudu dan Zain “Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain”.¹⁷

Berdasarkan definisi pengaruh di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan, dan perbuatan seseorang, maka pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh adanya keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

2. Keunggulan

Keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor.¹⁸ Keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan manfaat, yang diberikan perusahaan kepada

¹⁵Maryam B. Gainau, "Pengantar Metode Penelitian", (Depok: PT Ka, 2021), hal. 22".

¹⁶Louis Gottschalk, Mengerti Sejarah, (Depok: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia, 2000), hal. 17.

¹⁷Babudu, J.S dan Zain, “Babudu, J.S dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hal. 131”.

¹⁸David H. Henard dan Szymanski, Why Some New Products Are More Successful Than Others, “*Journal OF Marketing Rearch* “, vol. Xxxviii, No. 3, 2001, DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.3.362.18861>, hal. 364

pelanggan, superioritas produk, inovasi produk yang terus-menerus, kemampuan produk memenuhi pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan, kecanggihan teknologi produk dan desain produk itu sendiri.¹⁹

3. Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhan, menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.²⁰

4. Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E debit yang berlogo Visa Plus dengan manfaat yang berbagai macam program subsidi belanja di *merchat* lokal dan luar negeri, tabungan iB Hijrah ini menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Tabungan iB Hijrah adalah penyimpanan dana masyarakat yang dikelola berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* ini penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau tidak terbatas, dengan setoran awal minimal Rp. 25.000 ribu nasabah dapat membuka rekening tabungan iB Hijrah.²¹

¹⁹Imron Munfaat, *Membangun Keunggulan Produk*, "Jurnal Sains Pemasaran Indonesia", vol II, No. 3, 2003, DOI: <https://doi.org/10.14710/jspi.v2i3.219-232>

²⁰Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran I*. Milenium ed. (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), hal. 13

²¹Anonim, *Pengertian Tabungan iB Hijrah*, <https://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 25 Agustus, Pukul 19.30

5. Pelayanan

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan kerja yang ditawarkan oleh perusahaan atau perorangan kepada konsumennya, yang bukan berupa barang, sifatnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.²²

6. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.²³ Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha, hal ini menjasi suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasa yang lebih luas.²⁴

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, adapun jenis penelitian menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁵ Antara

²² Fandy Tjiptono, dan zGregorius Chandra, *Service, Quality dan Statisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal. 11

²³ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Prenhalindo, 1997), hal. 36

²⁴ Daryanto dan Ismanto Setya Budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 37

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Cv.Alfabeta, 1999), hal. 11

keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan yang keberadaannya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan sekelompok wilayah yang terdiri dari objek ataupun subjek yang ada pada kuantitas dan karakteristik tertentu, yang mana nantinya akan dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti.²⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Muamalat KCP Curup yaitu dari kawasan bidang pendidikan di yayasan Al-Amin, yang berjumlah sebanyak 34 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian cuplikan dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. ²⁷ Menurut pendapat Suharsini Arikunto, apabila subjek kurang dari 100 lebih baik diambil keseluruhan sehingga penelitian populasi selanjutnya. Selanjutnya, jika populasi lebih dari 100 maka diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti. ²⁸

Jadi, jumlah seluruh populasi pada penelitian ini sebanyak 34 responden, karena subjeknya kecil atau kurang dari 100 orang maka

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet.20 (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 80

²⁷ Sugiyono, hal. 81

²⁸ Suharsini Arikunto, *Prosedur Suatu Pendekatan dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal.112

peneliti mengambil semua dari responden sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 34 responden.

Teknik yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*, yaitu cara pengambilan sample dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen (sejenis).²⁹

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan mengitertasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama. Dengan penyebaran angket yang berisikan beberapa pertanyaan maka ditemukan skor dari setiap jawaban sehingga menjadi data yang bersifat kuantitatif, untuk menghasilkan data yang lebih akurat yang dapat digunakan dengan skala pengukuran instrumen yaitu dengan skala *likert*. Skala *likert* di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik dengan panduan sebagai berikut:³⁰

Tabel 1.1: Skala *Likert* Angket

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

²⁹ Sugiyono, hal. 120

³⁰ Uma Sekaran and Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, edisi 6 (Jakarta: Salemba 4, 2017), hal. 30

Adapun dalam penyusunan angket dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan tujuan mengadakan pengisian angket yaitu untuk mendapatkan skor pengaruh sarana prasarana dan pengawasan terhadap pelayanan.
- b. Menetapkan indikator yang akan dinilai.
- c. Menyusun kisi-kisi instrumen angket uji coba berdasarkan indikator-indikator yang akan diukur dan selanjutnya menentukan banyak dan nomor item instrumen tersebut.
- d. Menyusun butir-butir angket berdasarkan kisi-kisi yang telah disusun.

4. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli atau responden.³¹ Adapun data primer dalam penelitian ini yakni sumber data yang diperoleh berdasarkan dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada Yayasan Al-Amin yang menjadi nasabah produk tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KCP Curup.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang mendukung yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk kuesioner,

³¹Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 129.

buku-buku, dokumentasi, dan wawancara.³² Sumber data sekunder pada penelitian ini, yaitu diambil dari wawancara yang dilakukan terhadap karyawan Bank Muamalat KCP Curup dan guru-guru Yayasan Al-Amin.

5. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh penulis ialah pengamatan secara langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti.³³ Peneliti ini menggunakan observasi non partisipan, apabila observasi tidak ikut dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat. Adapun pengamatan ilmiah yang dilakukan oleh penulis tentu adanya alat ukur, yang berupa adanya keunggulan produk tabungan iB Hijrah. Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu di Bank Muamalat KCP Curup guna mendapatkan informasi khususnya pada hal yang terkait dengan apa saja keunggulan yang ada pada produk tabungan iB Hijrah yang diterapkan sebagai bahan pertimbangan dalam instrumen penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan cara mengungkapkan

³² Jonathan Sarwono, hal. 22

³³ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*", (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 140.

pertanyaan kepada responden.³⁴ Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan cara mengungkapkan pertanyaan kepada responden. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dengan pertanyaan terbuka (*open ended questios*). Wawancara terstruktur terbuka digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh dan peneliti tidak menyediakan pilihan jawabannya. Hal ini dilakukan untuk mengali data lebih dari responden. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan- pertanyaan tertulis. Dengan wawancara terstruktur terbuka ini setiap responden diberi pertanyanya yang sama dan peneliti mencatat hasilnya.³⁵

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan serangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti, untuk memperoleh data angket disebarkan kepada responden.³⁶

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisa mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa

³⁴Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal. 39.

³⁵ Joko Subagyo, hal. 40

³⁶ Cholid Narboku dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 76

terpengaruh sistem yang sudah ada.³⁷ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Adapun dalam penelitian ini kuesioner ditujukan pada nasabah di Bank Muamalat KCP Curup.

Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, angket tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Angket adalah suatu daftar yang berisikan serangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti, untuk memperoleh data angket disebarkan kepada responden.³⁸

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan klien melalui catatan pribadinya.³⁹ Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data atau dokumen yang berhubungan dengan kondisi objektif penelitian yaitu nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

³⁷ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada Group, 2008), hal 76

³⁸ Cholid Narboku dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 76

³⁹ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal. 112

6. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen, yang masing-masing variabel telah diketahui nilai-nilainya sebagai petunjuk untuk mengetahui pengaruh dari variabel dependen baik itu pengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel independen yang diteliti tersebut. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan menggunakan regresi ganda.⁴⁰

Model ini pada dasarnya menunjukkan hubungan pengaruh yang bersifat linier antara variabel dependen dengan variabel independen. Pada penelitian ini, pengolahan data statistik selain dihitung secara manual juga dihitung dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS 16.0 agar semakin kuat kebenarannya. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah salah satu program aplikasi statistik yang paling banyak digunakan oleh pengguna komputer.⁴¹

Program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi, memiliki *interface* pada lingkungan grafis dengan cara pengoperasian yang cukup sederhana, sehingga mudah untuk dipahami penggunanya. Dari sisi ilmu statistik, SPSS memiliki model-model analisis yang cukup lengkap dibandingkan dengan aplikasi lain sejenisnya. Metode yang digunakan untuk penelitian ini akan dimulai dengan alat analisis data yaitu:

⁴⁰Iskandar, "*Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, Kuantitatif dan Kualitatif*", Jakarta: Gaung Persada Group, 2008.

⁴¹Darmawan dan Deni, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Rosda, 2013).

a. Tahap teknik analisis data

1) Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.⁴² *Validitas* menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur secara tepat konsep yang akan diukur. Jika alat ukur yang digunakan peneliti adalah kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang disusun harus menggambarkan topik yang akan diteliti.⁴³

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 disebut sebagai *inter item total correlation*. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel | $df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5% dan Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$, maka butir soal disebut valid.⁴⁴ Maka dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket baik itu variabel bebas yaitu Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah (X_1), Pelayanan (X_2), variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

⁴²Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*", (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 140.

⁴³Sugiyono hal. 141.

⁴⁴Juliansyah Noor, "*Metodologi Penelitian* (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah), hal.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*.⁴⁵ Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsisten, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.⁴⁶

Keandalan pengukuran dengan menggunakan *Alfa Cronbach* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya *item*/ butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain dan jika nilai *alpha* > 0,60, disebut reliabel.⁴⁷ Maka dalam penelitian ini uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi angket antar variabel bebas yaitu keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X₁), Pelayanan (X₂), dan variabel terikat kepuasan nasabah (Y).⁴⁸

b. Analisis asumsi klasik menggunakan SPSS

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari *normalitas*, *multikolinearitas* dan *heterokedastisitas*. Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan *uji asumsi klasik* terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁴⁵Albert Kurniawan, "*Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis*", hal. 102.

⁴⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008).

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. *Uji normalitas* yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan uji *Shapiro Wilk*. Maka *uji normalitas* ini digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal pada variabel bebas yakni variabel bebas yaitu Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah (X_1), Pelayanan (X_2), variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).⁴⁹

2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. *Multikolinearitas* dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian *multikolonieritas* diukur berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari nilai standar yang ditentukan sebesar 0,10.⁵⁰

3) Uji Hetrokedastisitas

Uji Hetrokedastisitas merupakan saah satu uji asumsi klasik yang harus digunakan pada regresi linier. Jika asumsi

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal. 25.

⁵⁰Moh Yudi Mahadianto dan Adi Setiawan, *Analisis Parametrik Dependensi dengan Program SPSS*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 58.

heterokedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai peramalan. Tujuan dari regresi ini dapat disimpulkan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat syarat asumsi klasik pada model regresi linier tersebut, dimana dalam model regresi masing masing syarat model regresi harus terpenuhi agar menjadi syarat tidal adanya heterokedastisistas.⁵¹

4) Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (e_i) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}). Jika nilai DW (Durbin Watson) terletak di antara dU dan (4-dU), berarti bebas dari *autokolerasi*.⁵²

c. Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi berganda adalah model persamaan *regresi linier* dengan variabel bebas dari satu. Dapat ditentukan regresi linier berganda penelitian ini sebagai berikut:⁵³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah (Variabel Dependen)

a= Konstanta

⁵¹ Moh Yudi Mahadianto, *et. al.*, hal.59

⁵² Moh Yudi Mahadianto dan Adi Setiawan, hal. 60.

⁵³ Husein umar, "*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Teesis Bisnis*", (Jakarta: PT RajaGrafindo persada,2009), hal 181.

X_1 = Keunggulan produk (Variabel Independen)

X_2 = Pelayanan(Variabel Independen)

b_1 = Koefisien regresi variabel antara X_1 dengan Y

b_2 = Koefisien regresi variabel antara X_2 dengan Y

ϵ = Error

d. *Uji Hipotesis*

Uji hipotesis bertujuan menguji jawaban sementara dari peneliti terhadap rumusan masalah penelitian.⁵⁴ Untuk menguji hipotesis tersebut maka digunakan uji t sebagai berikut:

1) *Uji Koefisien Regresi Parsial (uji t)*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model *regresi* variabel independen yakni keunggulan produk (X_1), pelayanan (X_2), dan variabel terikat kepuasan nasabah (Y).

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$T_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = standar error variabel i

⁵⁴Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 296.

Atau dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T_{\text{hitung}} = r \frac{\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r}}$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus.⁵⁵

2) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yakni variabel independen yakni keunggulan produk (X_1), pelayanan (X_2), dan variabel terikat kepuasan nasabah (Y).⁵⁶

F_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

⁵⁵Darmawan dan Deni, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Bandung: Rosda,) 2013.

⁵⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta), 2015.

3) Analisis Koefisien Determinasi

Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependennya.⁵⁷

⁵⁷Muh Yudi Mahadianto dan Adi Setiawan, *Analisis Parametrik Dependensi dengan Program SPSS*. hal. 59.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengaruh

1. Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu seperti, orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹ Pengaruh yaitu daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu.² Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi, hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang untuk menuju arah yang lebih positif.³

Menurut Badudu Zain, pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu ke bentuk yang kita inginkan.⁴ Menurut

¹Hasan Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Dapaten Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), hal. 849

² Onong Ujana Effendy, *Kamus Komunikasi*, op.cit, hal.758

³ Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa IndoRetnoensia*, (Semarang: Widya Karya, 2006), hal. 243

⁴Badudu Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 1031

W.J.S Poewadarmita pengaruh adalah sesuatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.⁵

B. Keunggulan Produk

1. Pengertian Produk

Produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya, bentuk kerja dari *product* yaitu *produce* merupakan serapan dari bahasa latin *produce(re)* yang berarti untuk memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Definisi kata *product* lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi. Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan produsen kepada pasar untuk diperhatikan, diminta, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi pasar sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁶

Produk dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.⁷ Produk adalah suatu yang bersifat kompleks yang dapat diraba, yang didalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasi menjadi dua, yaitu jasa dan barang, produk jasa hanya

⁵W.J.S Poewadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal.664

⁶Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran I*. Milenium ed. (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), hal. 13

⁷ Dendy Sugono dkk, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal 1215

dapat dirasakan (*intangible*) sedangkan produk barang bias dilihat dan dirasakan (*tangible*).⁸ Dari pengertian diatas juga dijelaskan bahwa klasifikasi produk dibagi menjadi dua yang dapat diuraikan sebagai berikut:⁹

- a. Barang: barang-barang fisik merupakan bagian yang terbesar dari produksi dan usaha pemasaran, dalam konteks perbankan syariah barang itu bisa berupa meja, kursi, seragam, telepon, dan komputer.
- b. Jasa: jasa dalam perbankan syariah itu berupa produk, produk dalam Bank Muamalat ini bermacam-macam seperti, Tabungan iB Hijrah, Tabungan iB Hijrah Rencana, Tabungan iB Hijrah haji dan lain-lain.

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 konsumen.¹⁰ Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara melakukan pembelian.

2. Keunggulan produk

Henard dan Szymanski keunggulan produk adalah superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor.¹¹ Unsur-unsur keunggulan produk misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari prespektif pelanggan yang

⁸ Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), hal 18

⁹ Arief Rakhman Kurniawan, hal. 20

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 136

¹¹David H. Henard dan Szymanski, Why Some New Products Are More Successful Than Others, “*Journal OF Marketing Ressarch*“, vol. Xxxviii, No. 3, 2001, DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.3.362.18861>, hal. 364

didasarkan oleh pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka). Cara-cara yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:¹²

- a. Mula-mula menentukan kebutuhan, keinginan, preferensi, suka dan tidak suka dari prespektif konsumen dengan melakukan riset pemasaran. Dalam konteks perbankan syariah adanya produk baru misalnya banyak mengingat banyaknya orang yang mempunyai keinginan haji maka Bank Muamalat menyediakan Tabungan iB Hijrah Haji.
- b. Melakukan analisis atas produk yang kompetitif, yaitu dengan menganalisis kelemahan produk-produk competitor kemudian membuat produk yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Dalam konteks perbankan syariah Bank mengeluarkan ATM yang bisa diambil dimana saja tanpa administrasi dan ada logo visanya, misalnya jika sedang berada diluar negeri tanpa harus membawa uang banyak, cukup dengan membawa ATM saja.
- c. Melakukan test dan verifikasi atas semua asumsi mengenai desain produk yang dihasilkan dengan pembuatan prototip yang bisa dicoba berpotensi mendorong kesuksesan produk baru. Dalam konteks perbankan syariah semua karyawan diwajibkan melakukan Cash manajemen, internet Banking dan Mobile Muamalat.

Cooper dan Kleinschmidt menyatakan bahwa keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan manfaat yang diberikan perusahaan

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal 389

kepada pelanggan, superioritas produk, inovasi produk yang terus-menerus, kemampuan produk memenuhi pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan, kecanggihan teknologi produk dan desain produk itu sendiri.¹³

3. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono indikator dari keunggulan produk adalah sebagai berikut:¹⁴

- a. *Featrures* (fitur) adalah spesifik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah pada produk. Dimensi fitur ini merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
- b. *Reliability* (kehandalan) adalah bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan akan mengalami kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- c. *Aesthetics* (estetika) adalah bagaimana penampilan produk yang dilihat dari tampak, rasa, dan bentuk dari produk.
- d. *Perceived quality* (kesan kualitas) adalah hasil dari pemakaian yang secara tidak langsung dilakukan yang disebabkan oleh kurang paham ataupun kekurangan informasi pada barang yang dihasilkan.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan suatu hasil yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk

¹³ Imron Munfaat, *Membangun Keunggulan Produk*, "Jurnal Sains Pemasaran Indonesia", vol II, No. 3, 2003, DOI: <https://doi.org/10.14710/jspi.v2i3.219-232>

¹⁴ Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012).

yang berdampak pada kinerja pemasaran, dalam konteks perbankan kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen baik berupa barang fisik maupun jasa.

4. Produk yang berkualitas

Produk yang diterima dipasar haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya, produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut dengan produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu dapat diciptakan setiap waktu, agar dapat menarik calon nasabah baru atau mempertahankan nasabah yang lama. Adapun keuntungan dan manfaat dari adanya produk plus adalah:¹⁵

- a. Untuk meningkatkan penjualan, dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan antar nasabah, setiap kelebihan produk akan dibandingkan dengan produk pesaing sehingga berpotensi untuk menarik nasabah lain atau menyebabkan nasabah lama untuk menambah konsumsi atas produk-produk perbankan yang pada akhirnya mampu meningkatkan penjualan.
- b. Meningkatkan rasa bangga pada nasabahnya, produk yang memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing menyebabkan nasabah yang menggunakan produk tersebut akan bangga dikarenakan keunggulan produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing. Misalnya layanan prioritas pada perbankan, maka nasabah yang menggunakan layanan

¹⁵M. Nur rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 140-141

prioritas tersebut akan bangga karena ia menerima pelayanan yang lebih dibandingkan nasabah lainnya.

- c. Menimbulkan kepercayaan, dalam hal ini memberikan keyakinan pada nasabah akan kesenangan fasilitas dan pelayanan yang diberikan sehingga nasabah akan semakin percaya kepada produk yang dibelinya. Apabila seorang nasabah yakin bahwa produk perbankan yang dibelinya berkualitas tinggi, maka ia akan semakin percaya kepada bank yang bersangkutan.
- d. Menimbulkan kepuasan, pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke produk lain yang ditawarkan oleh pesaing atau bahkan akan meningkatkan konsumsinya, baik dengan meningkatkan saldo tabungan maupun mencoba produk perbankan lain yang ditawarkan oleh bank. Kepuasan yang didapat oleh nasabah apabila pelayanan yang ia dapatkan melebihi ekspektasi atau harapan pelayanan oleh nasabah bersangkutan.¹⁶

Dalam menciptakan produk plus tidaklah mudah, produk plus yang diciptakan haruslah memiliki keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Untuk menciptakan produk plus maka diperlukan kondisi-kondisi yang satu sama yang lainnya harus saling terkait dan mendukung, kondisi-kondisi dalam rangka menciptakan produk plus tersebut tergantung dari hal-hal berikut:¹⁷

¹⁶ M. Nur Rianto Al Arif, hal 142

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, hal 143

a. Pelayanan prima

Produk bank sangatlah bergantung pada dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, maka kualitas layanannya sangat menentukan keunggulan produk tersebut. Pelayanan prima yang diberikan karyawan mampu menciptakan produk plus.

b. Pegawai yang profesional

Karyawan bank mulai dari yang paling rendah sampai karyawan yang tertinggi perlu diberikan pendidikan dan latihan dalam melayani nasabah maupun memperlancar proses transaksi dengan nasabahnya, pendidikan yang diberikan tidaklah semata pendidikan yang bersifat teknis tetapi juga harus diberikan cara melayani nasabah secara sopan dan ramah.

c. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana yang dimiliki dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas atas setiap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Misalnya fasilitas ATM yang selalu online.

d. Lokasi dan *lay out* gedung serta ruangan

Lokasi bank yang diinginkan oleh nasabah adalah lokasi yang mudah untuk dijangkau baik dari posisi jalan maupun angkutan yang melewatinya, serta tata ruang (*lay out*) dan desain interior gedung dan ruangan yang memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabahnya.

e. Nama baik

Nama baik bank yang ditunjukkan dari citra dan prestasi pencapaian bank ikut mengangkat produk yang dihasilkan, demikian pula sebaliknya apabila citra dan prestasi pencapaian bank yang rendah maka akan menjatuhkan produk yang ditawarkan.

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah cara melayani, jasa atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Hodges pelayanan berasal dari kata melayani yang berarti orang yang pekerjaannya melayani kepentingan dan kemauan orang lain.¹⁸ Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.¹⁹ Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner pelayanan adalah semua aktivitas yang hasilnya bukan berbentuk produk atau fisik yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.²⁰

Menurut AS. Moenir, pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung diterima, dengan kata

¹⁸ Sutarto, *Dasar-Dasar Organisasi* (Yogyakarta: Cetak ke-18, Gadjah Mada University Press), hal 23

¹⁹ Fandy Tjiptono, dan Zgregorius Chandra, *Service, Quality dan Statisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal. 11

²⁰ Rambat Supriyadi dan a. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.6

lain dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.²¹ Sedangkan menurut Sutopo dan Suryanto dalam jurnal Sirhan Fikri bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Lain halnya menurut Hakserver pelayanan di definisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, bentuk dan kegunaan psikologis.²²

Dari uraian tersebut maka menurut penulis, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan dari pihak konsumen ke pihak produsen, pelayanan bukan suatu barang tetapi suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Jika pelayanan sesuai dengan standar prosedur yang ada maka nasabah dapat merasa puas dalam memenuhi kebutuhannya dan menimbulkan loyalitas dari pelayanan yang diberikan.

2. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Banyak bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, disamping itu bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank, dalam memberikan pelayanan yang baik

²¹ AS. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Umi Aksara, 2000) hal 17

²² Sirhan Fikri, et al, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*, jurnal *Bisnis dan Manajemen*, Vol.3 No.1, 2016, DOI: <https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>, hal 121

bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sara dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.²³

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dalam hal ini bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan, faktor-faktor pendukung tersebut ialah sebagai berikut:²⁴

- a. Faktor manusia, hal ini menyangkut pada karyawan atau (*Customer Service officer*) yang melayani nasabah, *Customer Service officer* dalam melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, *Customer Service officer* harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.
- b. Faktor tersedianya sarana dan prasarana, yang mana faktor ini mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor ini saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh manajemen dalam melayani pelanggan atau nasabah yaitu:²⁵

²³ Endar Sugianto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia, 1999)

²⁴ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal

²⁵ Kasmir, hal. 67

a. Sarana fisik

Sarana fisik terdiri dari dua unsur yaitu tersedianya karyawan yang baik dan tersedianya sarana dan prasarana yang baik, *Customer Service officer* yang baik harus ramah, sopan santun, menarik, cepat tanggap, dan dapat berkomunikasi karena kenyamanan nasabah sangat bergantung dari *Customer Service officer* yang melayaninya. Dalam konteks perbankan syariah yang merupakan unsur sarana fisik yaitu karyawan yang baik harus sesuai dengan SOP (Sistem Operasional Perbankan) dalam memberikan pelayanan harus rapi sopan dalam berpenampilan. Sedangkan sarana dan prasarana yang baik adalah disediakannya sistem yang baik sehingga mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Misalnya, *internet Banking, Mobile Banking, CMS (Cash management System Muamalat)*.

b. Tanggung jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, *Customer Service officer* harus mampu bertanggung jawab melayani nasabah dari awal hingga selesai, nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari *Customer Service officer* tersebut. Dalam konteks perbankan syariah seorang *Customer Service officer* harus mampu memberikan keterangan pada nasabah baik produk maupun sistem yang ada dalam perbankan tersebut dan harus mampu membantu nasabah dalam melakukan pembukaan rekening maupun masalah yang dihadapi

nasabah yang berhubungan dengan sistem yang ada di perbankan tersebut.²⁶

c. Responsif

Seorang *Customer Service officer* harus mampu melayani secara cepat dan tepat, dalam melayani nasabah *Customer Service officer* harus melakukannya sesuai prosedur layanan yang ditetapkan bank. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal, pelayanan dalam setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Namun, karyawan juga harus pandai dalam mengatur waktu dan tidak boleh berbicara hal-hal diluar dari konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani nasabah. Melayani secara tepat yaitu jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal berbicara maupun pekerjaan, *Customer Service officer* harus selalu responsif terhadap kendala yang dihadapi nasabah dan harus mampu membantu menyelesaikan kendala nasabah tersebut.

d. Komunikatif

Komunikatif yaitu Mampu berkomunikasi yang artinya *Customer Service officer* harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah, selain itu *Customer Service officer* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah di pahami. seorang *Customer Service officer* harus bisa memberikan atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah.

²⁶ Kasmir, hal. 68

e. Keamanan

Keamanan yaitu Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya *Customer Service officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali dipersyaratkan oleh undang-undang, menjaga kerahasiaan data nasabah sehingga membuat nasabah merasa aman serta nyaman jika memberikan informasi prinadinya kepada pihak bank tersebut.²⁷

f. Kecakapan

Customer Service officer harus memiliki kemampuan dan pengetahuan, karena tugas *Customer Service officer* selalu berhubungan dengan nasabah. Seorang *Customer Service officer* harus mengetahui segala sesuatu tentang produk dan sistem yang sedang berjalan di perbankan tersebut sehingga karyawan selalu bisa memberikan informasi dan membantu kendala nasabahnya.²⁸

g. Kreadibilitas

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan, kepercayaan merupakan ujung tombak bank untuk menjalankan aktivitasnya sekali pelyanan yang diberikan sangat memuaskan nasabah, maka akan menimbulkan rasa kepercayaan kepada bank tersebut.

²⁷ Kasmir, hal. 69

²⁸ Kasmir, hal. 70

h. Hubungan

Masing-masing bagian dalam bank harus memiliki kemudahan akses dalam berkomunikasi dengan nasabahnya, sehingga apabila nasabah ingin berkomunikasi langsung dengan bagian tertentu nasabah dapat berbicara langsung dengan karyawan bank yang bersangkutan. Seorang *Customer Service officer* harus bisa menjaga hubungan baik dengan nasabahnya, agar nasabah tersebut bisa bertahan lama untuk menjadi nasabahnya.²⁹

3. Karakteristik Pelayanan yang baik

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, diantaranya yaitu sebagai berikut:³⁰

- a. Tidak dapat berwujud (*Intangibility*), pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam perbankan syariah yaitu berupa jasa.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan yaitu berupa produk.
- c. Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana

²⁹ Kasmir, hal. 71

³⁰ E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan jasa*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2001), hal 27

diberikan. Contohnya pelayanan berubah-ubah yaitu berupa varian produk.

- d. Daya tahan (*Perishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.

4. Dimensi Pelayanan

Adapun 5 (lima) dimensi pelayanan menurut Kotler dan Keller adalah sebagai berikut:³¹

- a. *Tangible* (bukti langsung)

Tangible (bukti langsung) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Misalnya, ruangan bersih, fasilitas yang lengkap, sikap ramah karyawan dan seragam yang rapi.

- b. *Reliability* (kehandalan)

Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hal ini berupa kehandalan petugas memberikan informasi pelayanan,

³¹ Philip Kotler, *Manajemen pemasaran*, Jilid 2, Edisi Ke-13, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal 4

melancarkan prosedur pelayanan, dan kehandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

c. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Assurance yaitu yang berhubungan dengan kemampuan perilaku karyawan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Ada empat aspek dari dimensi ini yaitu pengetahuan, kesopan santunan, keamanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

d. *Empathy* (empati)

Empaty yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

e. *Responsiveness* (ketanggapan)

Responsiveness yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.³²

³² Philip Khotler, hal. 5

D. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan atau satisfaction, berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya (cukup baik, memadai) dan “*facio*” yang artinya (melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu yang memadai”.

Pada umumnya apabila pembeli merasa puas dengan produk atau layanan yang didapatnya, maka kemudian akan melakukan pembelian ulang atas apa yang didapatnya dan mungkin akan menambah kuantitas dari pembeliannya tersebut.³³ Pelanggan yang puas akan memberitahukan kepada orang lain tentang pengalamannya tersebut. Akan tetapi ketidakpuasan dari pelanggan tersebut akan berakibat berpindah ke lain merk dan menghasilkan informasi yang negatif dikemudian hari.

Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, sampai saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan.³⁴ Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.³⁵

Dari defenisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawa harapan, nasabah tidak

³³ Solvang, Bert Krohn, *Satisfaction journal of coustumer*, vol 20, hal. 110

³⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*,(Yogyakarta: Andi Publisher, 2014), hal. 353

³⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009), hal.

puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka nasabah akan merasa puas.³⁶ Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para nasabah yang kepuasaannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya, kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan nasabah yang tinggi.³⁷

Tujuan utama suatu bank adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kualitas maupun kuantitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah secara signifikan dan waktu kewaktu dan secara kualitas artinya nasabah yang diperoleh adalah nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah dengan memberikan kepuasan kepada nasabah.³⁸

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi suatu bank, sehingga tidak heran jika ada slogan “Nasabah adalah raja yang perlu dilayani sebaik-baiknya pemberian perhatian dan pelayanan yang maksimal akan membuat nasabah merasa puas”.³⁹ Dalam praktiknya apabila nasabah merasa puas

³⁶Keki R. Bhote, *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty*, hal. 56

³⁷ Dr. M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Surabaya: Publisher, 2018), hal. 80

³⁸ Kasmir, *Manajemen perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal 273

³⁹ Kasmir, hal, 274

dengan perhatian yang diberikan suatu bank maka ada keuntungan yang diterima bank, yaitu:⁴⁰

- a. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah layanan yang diberikan kepuasan nasabah, kepuasan itu tersebut dimana adanya perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesanya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Tujuan dari suatu perusahaan tersebut, terutama perusahaan jasa adalah untuk menciptakan kepuasan nasabah.⁴¹

Menurut Daryanto dalam bukunya yang berjudul *Konsumen dan Pelayanan Prima*, kepuasan nasabah didefinisikan sebagai keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui jasa yang diberikan. Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan tidak kepuasaan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (Norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual yang dirasakan.⁴²

⁴⁰Nurul Inayah, *Pengaruh Banking Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah*, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol.5 No. 2 (2020), hal. 260

⁴¹M. Nur Rianto Al-arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 193

⁴² Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), hal. 90

2. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan akan menurun atau berkurang apabila pelanggan lebih banyak mengeluarkan biaya pelanggan total dari pada mendapatkan nilai pelanggan total.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu sebagai berikut: ⁴³

- a. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan, contoh pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.
- b. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- d. Biaya, yaitu konsumen tidak perlu menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu menabung waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mereka akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
- e. Keamanan, pelanggan akan merasa puas jika produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

⁴³Lupiyo Adi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 63-65

- f. Nilai citra bank akan mudah dinilai oleh nasabah mengingat dalam kondisi pasar pembeli seperti saat ini banyak pilihan bank dan membuat nasabah juga semakin cermat mencari informasi untuk memilih bank dengan reputasinya bank.

3. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan

Tentunya banyak sebab yang dapat menimbulkan ketidakpuasan nasabah antara lain:⁴⁴

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak sesuai
- c. Perilaku personil kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karen jarak terlalu jauh, banyak waktu terbang dan tidak sesuai
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

4. Dimensi Kepuasan Nasabah

Terdapat 4 (empat) indikator menurut Tjiptono untuk memperkirakan kepuasan nasabah, yaitu:⁴⁵

- a. Kepuasan nasabah keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
kepuasan nasabah keseluruhan dapat diukur dengan cara menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam mendapatkan pelayanan dan fasilitas keseluruhan dari bank syariah.

⁴⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabet, 2007), hal. 287

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal. 368

- b. Niat beli ulang (*Repurchase Intention*) kepuasan ini dapat diukur dengan cara menanyakan dan meminta kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan pada bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak mengulang lagi.
- c. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*) konfirmasi harapan ini untuk mengevaluasi apakah fasilitas yang diberikan bagi bank syariah apakah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank syariah.
- d. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*) kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain agar mau menjadi nasabah pada bank syariah.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Bank Muamalat KCP Curup

1. Keadaan Umum Bank Muamalat KCP Curup

Bank Umum Syari'ah (BUS) adalah bank syari'ah yang dalam kegiatannya memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Syariah atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan al-hadits. Bank Syari'ah dapat menjalankan operasionalnya sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa ialah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.¹

Bank Syari'ah di Indonesia mendapatkan kemungkinan dapat berdiri setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983 yang berisikan tentang Bank berkemungkinan mengeluarkan tingkat bunga 0%. Disamping hal tersebut posisi perbankan syari'ah semakin diperkuat setelah disahkan Undang-Undang No.10 tahun 1998, yang mengakui keberadaan bank syari'ah dan bank konvensional serta memperkenankan bank konvensional membuka kantor cabang syariah (*dual banking*).²

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syari'ah yang pertama kali beroperasi di Indonesia dan menjadi satu-satunya bank syari'ah yang

¹ Andi Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 58

² Andi Soemitra, hal. 59

berekspansi ke luar negeri dengan membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia nasabah dapat memanfaatkan jaringan VISA *to around the world*. Bank Muamalat Indonesia merupakan suatu lembaga keuangan yang pengoperasiannya tidak menggunakan perangkat bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil. Penggunaan sistem ini atas dasar keyakinan bahwa tata cara pengenaan bunga seperti yang dilakukan bank umum lainnya mengandung unsur riba.³

Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup terletak di Jalan Merdeka No. 732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong, posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup dan tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah Curup.⁴ Bank Muamalat Indonesia KCP Curup juga tidak jauh dari Instansi-Instansi Publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, kantor telkom, kantor pos, dan tempat ibadah. Dengan melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor cabang pembantu ini maka akses menuju Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sangat mudah dijangkau oleh masyarakat Curup baik dengan menggunakan transportasi umum maupun transportasi pribadi.⁵ Bank Muamalat KCP Curup dengan lokasi yang strategis memiliki peluang dalam akses nasabah yang mudah ditambah dengan kondisi kantor yang ditata rapi baik dari *banking hall* hingga *pantry* dengan demikian para karyawan pun sangat

³Zainulbahar Noor, *Bank Muamalat: Sebuah Mimpi Harapan dan Kenyataan*, (Jakarta: Bening Publishing, 2006), hal. 303

⁴ Profil PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

⁵ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

nyaman saat bekerja dan diharapkan pula kenyamanan yang nasabah dapatkan baik dari pelayanan bank dan kondisi tata ruang.

2. Sejarah Singkat

Bank Muamalat ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam sedangkan lembaga keuangan dapat dikatakan sebagai badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claim*) serta aset non finansial atau aset riil dan memberikan pelayanan jasa dalam bentuk skim tabungan (deposito), proteksi asuransi, program pensiun, dan penyediaan sistem pembayaran melalui mekanisme transfer dana.⁶

Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Kota Curup didirikan pada 3 Juni 2010, sedangkan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 *Rabiul Tsani* 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 *Syawal* 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.⁷

⁶ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

⁷ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar. Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syari'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.⁸

Pada akhir tahun 1990-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terkena imbas dampak krisis di tahun 1998, rasio pembiayaan/kredit macet mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat kerugian sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari permodalan yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Dalam kurun waktu antara tahun 1999-2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat

⁸ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

upaya dan dedikasi setiap kru Muamalat, ditunjang strategi pembangunan usaha yang tepat serta ketatan terhadap pelaksanaan perbankan syari'ah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru di mana seluruh anggota direksi diangkat dari dalam tubuh Bank Muamalat. Bank Muamalat kemudian menerapkan rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:⁹

- a. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham.
- b. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun.
- c. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan direksi baru.
- d. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua.
- e. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya yang membawa Bank Muamalat dengan rahmat Allah *Rabbul Izzati* ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2005 dan seterusnya.

⁹ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Curup sudah berdiri selama 11 tahun di Kabupaten Rejang Lebong dan Bank Muamalat ini memiliki *Sub Branch Manager* atau seorang pimpinan yang mengelolanya, dari tahun 2010-2021 Bank Muamalat sudah 5 kali berganti *Sub Branch Manager*, berikut adalah nama-nama dan lamanya masa jabatan pimpinan Bank Muamalat (KCP) Curup dari tahun 2010-2021:¹⁰

Tabel 3.1
Sub Branch Manager Bank Muamalat KCP Curup Tahun 2010-2021

No	Nama	Tahun
1.	Ahmad Muzaki	2010-2011
2.	Yanuar Fahmi	2011-2014
3.	Yulfan Amarudin	2014-2016
4.	Sumardiyanto	2016-2020
5.	Aditya Dian Eko putra	2021-Sekarang

Sumber: Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

3. Visi, Misi dan Tujuan Bank Muamlat Indonesia Kantor Cabnag Curup

Setiap perusahaan mempunyai visi, misi dan tujuan dalam menjalankan bisnisnya, berikut merupakan visi dan misi dari Bank Muamalat KCP Curup:¹¹

a. Visi

The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence. Artiya, menjadi bank syariah terbaik dan termasuk 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui tingkat regional.

¹⁰ Maharani, *Relationship Manager, Wawancara*, tanggal 05 Oktober 2021, pukul 15.30 WIB

¹¹ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan SDM yang islami dan profesional serta orientasi investai yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

c. Tujuan

- 1) Meningkatkan kualitas kehidupan sosial Ekonomi masyarakat muslim Indonesia, sehingga kesenjangan sosial ekonomi semakin berkurang dan semakin melestarikan pembangunan nasional dengan cara, meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha, meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan penghasilan masyarakat.
- 2) Membangun lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan prestasi masyarakat sehingga dapat menggalakan usaha-usaha ekonomi.¹²

¹² Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

4. Logo dan Makna dari Logo PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Curup

Gambar 3.2: Logo Bank Muamalat



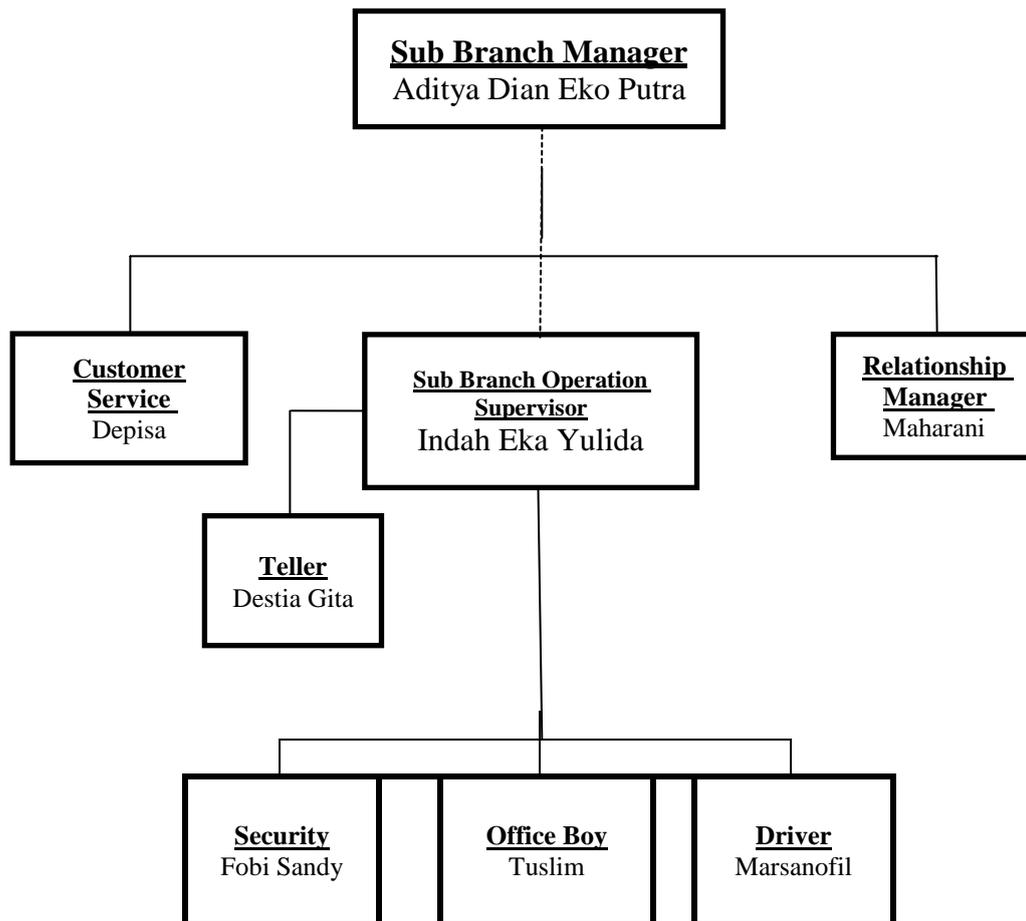
Mengenai logo yang digunakan oleh Bank Muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, diantaranya adalah:¹³

- a. Jika anda membaca dengan seksama logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijaiyah, yaitu *Daal, Yaa'Nuun*. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis didalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berdasarkan nilai-nilai yang luhur.
- b. Adapun makna dibalik lambang air yang digunakan oleh Bank Muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islami yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

¹³ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

5. Struktur Organisasi

Gambar 3.3
Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup



Sumber: Arsip PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP), 2021

6. Tugas dan Fungsi

Di Bank Muamalat Indonesia KCP Curup memiliki beberapa bagian bidang pekerjaan, berikut adalah bagian bidang pekerjaan beserta tugas dan fungsinya:¹⁴

a. *Sub Branch Manager*

Fungsi utamanya adalah memimpin dan mengkoordinir kelancaran tugas-tugas bank, diantara tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:¹⁵

- 1) Bertanggung jawab atas kelancaran tugas-tugas bank baik dalam lingkup operasional bank dan kegiatan di luar bank secara efektif dan efisien.
- 2) Membuat perencanaan untuk kemajuan dan pengembangan bank.
- 3) Mengambil dan membuat keputusan yang harus dijalankan oleh bank demi untuk kemajuan bank.
- 4) Mengadakan evaluasi atas relasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan secara berkala.

b. *Relationship Manager / Marketing Funding*

Fungsi utamanya adalah penghubung nasabah dengan bank dalam bidang penghimpunan dana. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Memperkenalkan produk bank, terkhusus produk penghimpunan dana kepada calon nasabah atau nasabah.

¹⁴ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

¹⁵ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

- 2) Mengumpulkan atau menghimpun dana tabungan, giro dan deposito.
- 3) Mencari calon nasabah

c. *Sub Branch Operation Service Supervisor / SBOS*

Fungsi utamanya adalah mensupervisi, mengkoordinir, dan memonitor, serta mengarahkan seluruh kegiatan operasional cabang dalam rangka memastikan pelaksanaan operasional Branch telah berjalan dengan baik. Dengan tugas-tugasnya sebagai berikut:¹⁶

- a. Mensupervisi, mengkoordinir dan memonitor terhadap bidang operasional.
- b. Mengkoordinasi dan memonitoring tindak lanjut atas prinsip pengenalan nasabah (*Know Your Customer*) dan anti pencucian uang.
- c. Melakukan pengawasan likuiditas dan pengendalian atas biaya-biaya operasional.
- d. Melakukan koordinasi dan permintaan, persetujuan reversal, user ID, cuti, pengajuan mutasi dan rekrutmen karyawan dalam rangka mitigasi risiko dan kelancaran operasional.
- e. Melaksanakan fungsi control dan memastikan akurasi data keuangan.
- f. Melakukan Approval transaksi terhadap seluruh kegiatan operasional.

d. *Teller*

Fungsi utamanya adalah melayani nasabah. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Menerima setoran tunai nasabah atas pembukuan rekening.

¹⁶ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

- 2) Menerima setoran deposito yang telah diregistrasi oleh CS (*customer service*).
- 3) Melakukan proses penutupan rekening dengan mendebet rekening nasabah dan membukukan pendapatan atas biaya tutup rekening.
- 4) Menerima setoran tabungan haji.
- 5) Menerima dan melakukan pembayaran.
- 6) Melakukan verifikasi tanda tangan.
- 7) Menerima penarikan serta transfer yang dibutuhkan nasabah

e. Customer Service

Fungsi utamanya adalah melayani dan memberikan pusat informasi kepada nasabah baru maupun nasabah lama. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:¹⁷

- 1) Melayani nasabah membuka rekening tabungan, rekening giro dan deposito muamalat.
- 2) Menginput data nasabah yang membuka rekening.
- 3) Transaksi dan membukukan ke rekening masing-masing.
- 4) Memonitor aktifitas rekening dan memberikan informasi ke nasabah.
- 5) Serta melayani *complain* nasabah yang berkaitan dengan produk bank.

f. Driver

Driver yang bertugas untuk mengantar dan menjemput karyawan bank yang sedang melaksanakan tugas.

¹⁷ Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

g. Office Boy

Office Boy yang bertugas membersihkan dan menjaga kebersihan ruang kantor, selama aktifitas bank berjalan selama hari kerja serta memastikan keadaan ruang kantor rapi dan tertata.

h. Security

Security yang memiliki tugas yaitu menjaga keamanan kantor agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan baik saat jam operasional maupun tidak pada saat jam operasional.

7. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Curup

Adapun produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut:¹⁸

a. Produk Penghimpunan dana (*Funding*)

1) Tabungan

- (a) Tabungan iB Hijrah
- (b) Tabungan iB Hijrah Dollar
- (c) Tabungan iB Hijrah Rencana
- (d) Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah
- (e) Tabungan iB Hijrah Haji Umrah
- (f) Tabungan iB Hijrah Prima
- (g) Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah

¹⁸ Arsip PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

2) Giro

- (a) Giro Muamalat Ultima iB Hijrah
- (b) Giro Muamalat Attijary iB Hijrah
- (c) Deposito Mudharabah

b. Produk Penyaluran Dana atau Pembiayaan (*Lending*)

Adapun produk-produk pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut:¹⁹

- 1) KPR Muamalat iB Hijrah
- 2) Pembiayaan Multiguna
- 3) Pembiayaan Modal Kerja
- 4) Pembiayaan Investasi

c. Produk Jasa (*Service Products*)

Adapun produk-produk jasa pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut:²⁰

- 1) *Wakalah*
- 2) *Kafalah*
- 3) *Hawalah*

d. Jasa Layanan (*Services*)

Adapun jasa layanan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut:²¹

- 1) ATM (*Automatic Teller Machine*) Muamalat

¹⁹ Arsip PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

²⁰ Arsip PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

²¹ Arsip PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

- 2) Salam Muamalat
- 3) Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)
- 4) Internet Banking Muamalat
- 5) Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)
- 6) Jasa-jasa lain
- 7) DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Muamalat

8. Produk Tabungan iB Hijrah

a. Pengertian Tabungan

Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang disamakan dengan itu.²² Syarat-syarat penarikan tertentu yang dimaksud adalah sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat antar bank dan si penabung.

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung pada pihak Bank mau menggunakan sarana yang mana yang mereka inginkan, alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan ataupun tidak. Alat-alat yang dimaksud adalah sebagai berikut:²³

²² Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Medan: Kencana, 2016), hal. 71

²³ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: kencana, 2009), hal. 222

- (a) Buku tabungan
- (b) Slip penarikan
- (c) Kombinasi buku tabungan dan slip penarikan
- (d) Kartu anjungan tunai mandiri (ATM)
- (e) Sarana pembayaran lainnya (surat kuasa)

b. Landasan Hukum Syariah

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 02/DSN-MUI/VI/2000 tentang Tabungan Menimbang, Mengingat, Memperhatikan, Memutuskan dan Menetapkan: Fatwa Tentang Tabungan, Tabungan ada dua jenis yaitu:²⁴

- (a) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
- (b) Tabungan yang dibenarkan syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

1) Ketentuan umum tabungan berdasarkan akad *mudharabah*

- (a) Dalam transaksi ini nasabah sebagai pemilik dana (*shaibul maal*) dan bank sebagai pengelola dana (*mudharib*).
- (b) Sebagai *mudharib* bank dapat melakukan berbagai macam usaha untuk mengembangkan dana tersebut, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.
- (c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.

²⁴ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal. 54

- (d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
 - (e) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
 - (f) Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan pihak yang bersangkutan.
- 2) Ketentuan umum tabungan berdasarkan akad *wadi'ah*
- (a) Bersifat simpanan.
 - (b) Simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan.
 - (c) Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

c. Tabungan iB Hijrah

1. Pengertian Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu *Shar-E* debit yang berlogo Visa Plus dengan manfaat yang berbagai macam program subsidi belanja di *merchat* lokal dan luar negeri, tabungan iB Hijrah ini menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Tabungan iB Hijrah adalah penyimpanan dana masyarakat yang dikelola berdasarkan prinsip

wadi'ah yad dhamanah ini penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau tidak terbatas, dengan setoran awal minimal Rp. 25.000 ribu nasabah dapat membuka rekening tabungan iB Hijrah.²⁵

2. Akad Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB Hijrah di PT. Bank Muamalat KCP Curup adalah penyimpanan dana masyarakat yang dikelola berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*. Akad *wadi'ah yad dhamanah* yang artinya yaitu akad antara dua pihak, satu pihak sebagai yang menitipkan (nasabah) dan pihak lain sebagai penerima titipan. Pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang/uang yang dititipkan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang tersebut, penerimaan titipan wajib mengembalikan barang yang dititipkan dalam keadaan utuh. Pada prinsip transaksi ini, pihak penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus atau hadiah yang tidak diperjanjikan sebelumnya.²⁶ Ciri-ciri tabungan yang menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* yaitu:

- (a) Menggunakan buku (passbook) atau kartu ATM.
- (b) Besarnya setoran pertama dan saldo minimum yang harus mengendap, tergantung kebijakan masing-masing bank.
- (c) Penarikan tidak terbatas berapa saja dan kapan saja.
- (d) Pembayaran bonus dilakukan dengan cara mengkredit rekening tabungan.

²⁵ Antonim, *Pengertian Tabungan iB Hijrah*, 2021, <https://www.bankmuamalat.co.id>

²⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Surabaya: Kencana, 2015), hal 63

d. Keunggulan Tabungan iB Hijrah

Ada beberapa keunggulan dari tabungan iB Hijrah diantaranya yaitu:²⁷

- (a) Bebas dari biaya administrasi bulanan, dimana tabungan iB hijrah ini tidak melakukan potongan administrasi setiap bulannya.
- (b) Bebas biaya tarik tunai di jaringan prima atau bersama dengan syarat, jika saldo diatas Rp.10.000.000 juta rupiah dan maksimal penarikan 10 kali perbulan.
- (c) Gratis biaya transfer di bank lain jika transfer diatas Rp.25.000.000 juta rupiah.
- (d) Bebas biaya dan kemudahan bertransaksi dimana saja dengan menggunakan layanan *Mobile Banking* atau *Internet Banking* Muamalat.
- (e) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.
- (f) Dapat mengikuti program atau promo lainnya di Bank Muamalat.

B. Yayasan Al-Amin Curup

1. Keadaan Umum Yayasan Al-Amin Curup

Yayasan Al-Amin adalah yayasan yang bergerak dibidang pendidikan formal mulai dari Pendidikan Anak usia Dini Islam terpadu Khoiru Umma (PAUDIT KU), Raudhatul Athfal Islam Terpadu Khoiru Umma (RAIT KU), Sekolah Dasar Islam Terpadu Khoiru Umma (SDIT KU), Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Khoiru Umma (SMPIT KU), Sekolah Menengah

²⁷Aditya Dian Eko Putra, *Sub Branch Manager*, Wawancara, tanggal 1 September 2021, Pukul 16.15 WIB

Kejuruan Islam Terpadu Khoiru Umma (SMKIT KU) dan bergerak di bidang sosial keagamaan berdiri sesuai akta pendirian nomor 16 tanggal 03 Desember 2010 sampai dengan saat ini di tahun 2021 sudah 11 tahun berjalan dengan masa kepemimpinan 2 kali.²⁸

Lokasi Yayasan Al-Amin Curup terletak di Jalan Sudirman Sukowati Gang Bhayangkara 1 RT 2 Kelurahan Talang Rimbo Lama Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Yayasan ini terletak di satu tempat dengan SDIT KU dan tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu pusat perkantoran. Yayasan Al-Amin Curup juga tidak jauh dari Instansi-instansi publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, kantor Bupati, kantor capil dan tempat beribadah, dengan melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor yayasan maka akses menuju yayasan Al-Amin Curup sangat mudah dijangkau oleh masyarakat Curup baik menggunakan transportasi umum maupun transportasi pribadi.²⁹

2. Sejarah Singkat

Yayasan pendidikan terpadu Al-Amin yang lebih dikenal dengan sebutan madrasah sebagai pendiri sekolah swasta dengan misi memuliakan manusia melalui penyelenggaraan sistem pendidikan berbasis karakter dan akhlak, pada awal perkembangannya madrasah Al-Amin mencoba memperkuat visinya tidak semata terfokus pada masalah pengajaran Al Quran, melainkan mencakup pembinaan mental spiritual dan pembekalan pengetahuan dasar agama guna keperluan praktik ibadah sehari-hari. Bahkan, dalam bidang sosial, Yayasan Al

²⁸ Profil Yayasan Al-Amin Curup

²⁹ Profil Yayasan Al-Amin Curup

Amin juga terlibat dalam pengembangan kesejahteraan warga miskin setempat melalui program antara lain, bantuan beasiswa pendidikan bagi para anak yatim. Hanya saja, karena keterbatasan dana dan manajemen program yang belum terencana dengan baik, program sosial ini masih bersifat dadakan.³⁰

Yayasan Al-Amin secara umum dipersepsikan sebagai wahana pendidikan atau pembekalan mental spiritual anak-anak sejak dini, pada Skala minimal kehadiran otoritas agama paling tidak ditunjukkan seperti disinggung di muka dengan kemampuan membaca Al-Ouran penguasaan pengetahuan dasar agama untuk keperluan praktik Ibadah sehari hari dan tentu saja akhlak. Perkembangan Yayasan Al-Amin secara kuantitatif cukup pesat, Hal itu ditandai dengan meningkatnya kepercayaan warga setempat untuk menitipkan anaknya belajar agama di yayasan Al Amin partisipasi warga setempat dalam memeriahkan pengajian mingguan kaum ibu dan pengajian bulanan kaum bapak yang dipahami sebagai sarana pembinaan akhlak dan mental spiritual juga tampak meningkat.³¹

3. Visi dan Misi Yayasan Al-Amin Curup

Setiap perusahaan maupun yayasan mempunyai visi dan misi dalam menjalankan bisnisnya, berikut merupakan visi dan misi dari yayasan Al-Amin Curup.³²

³⁰ Arsip yayasan Al-Amin Curup

³¹ Arsip yayasan Al-Amin Curup

³² Arsip yayasan Al-Amin Curup

a. Visi

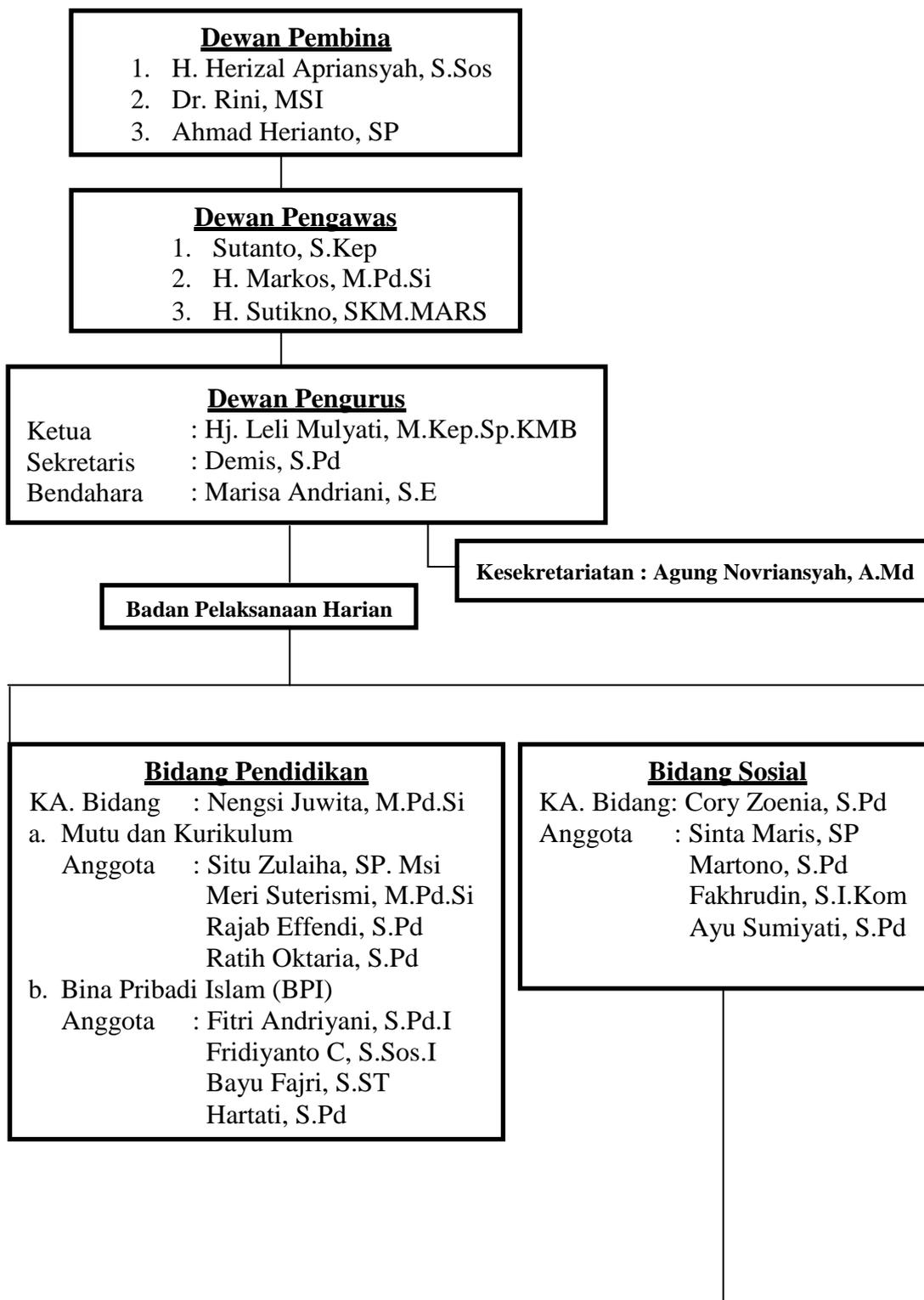
Menjadi yayasan yang menyeru kepada kebajikan dan taqwa dengan bergerak dalam bidang pendidikan, sosial dan dakwah.

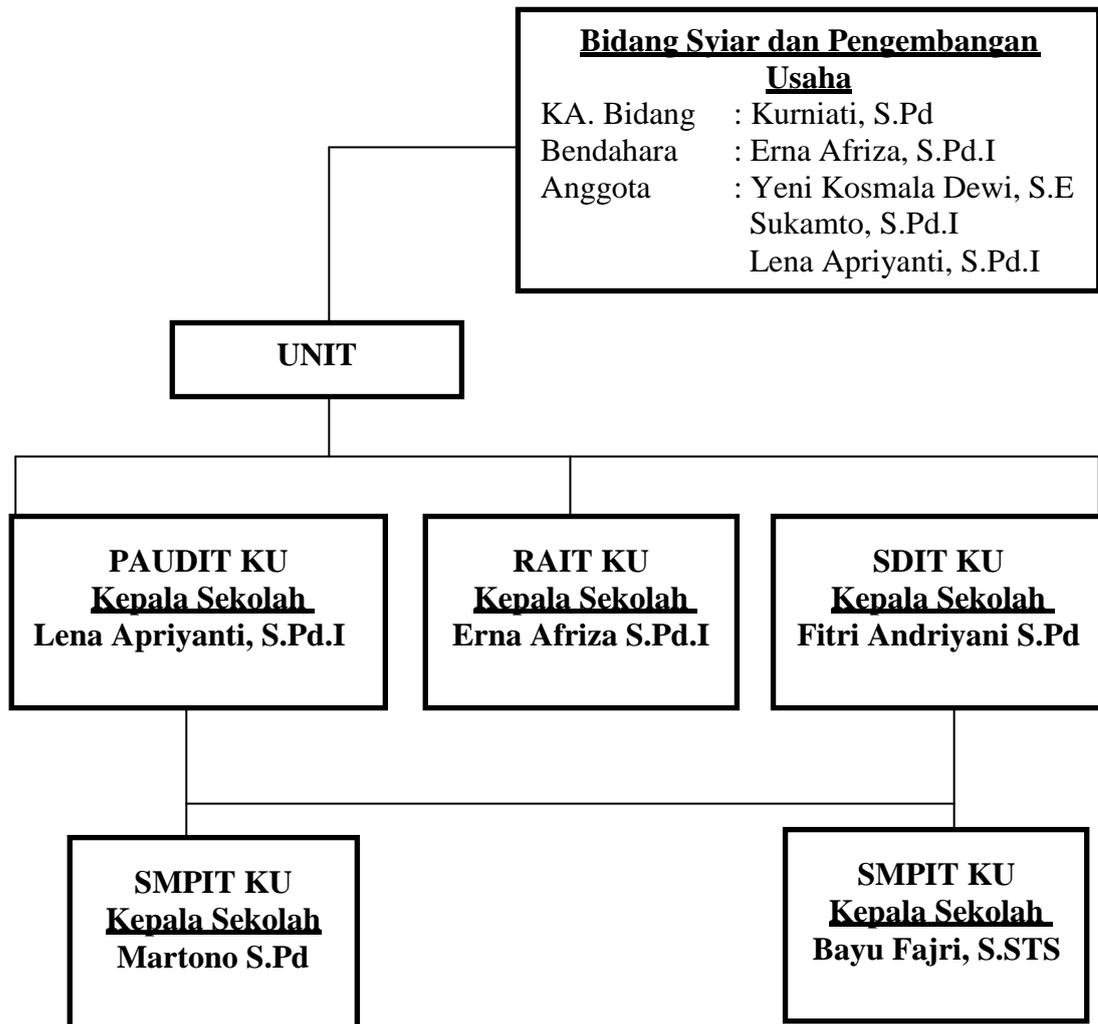
e. Misi

Mewujudkan lembaga pendidikan dasar pertama Islam Terpadu yang mampu memberikan bekal pengetahuan, akhlak mulia, prestasi, kemandirian dan keterampilan melalui proses pendidikan yang terpadu seimbang dan berkelanjutan.

4. Struktur Organisasi

Gambar 3.4
Struktur Pengurusan Yayasan Al-Amin Curup Periode 2021-2026





BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Kuantitatif

1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sampel yaitu 34 orang, dimana responden yang diambil oleh penulis merupakan nasabah yang menggunakan produk iB Hijrah yang berakad *wadi'ah* tepatnya pada tabungan di Bank Muamalat Curup. Pada penelitian ini, terlebih dahulu penulis akan menyajikan profil pada responden menurut jenis kelamin. Berikut ini profil responden yang dilakukan berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	14	41.2%
Perempuan	20	58.8%
Total	34	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.1 yakni profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan sebanyak 20 orang atau 58.8% sedangkan untuk jenis laki-laki sebanyak 14 orang atau 41.2% serta total keseluruhan sesuai dengan sampel yakni 34 orang.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau kevalidan suatu alat ukur kuesioner (angket), indikator dikatakan valid jika R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} .¹ Pada penelitian ini menggunakan sampel (n) = 34 dan besarnya df dapat dihitung $df = 34 - 2 = 32$, maka $df = 32$ dengan tingkat kesalahan 0.05% didapat $R_{tabel} = 0,3388$. Berikut ini pengujian validitas pada variabel keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) yang dihitung dengan menggunakan SPSS versi 16.0, maka hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Produk (X_1)

No	Keterangan	r hitung	r table	Hasil Validitas
1	X.1	0.551	0.3388	Valid
2	X.2	0.824	0.3388	Valid
3	X.3	0.843	0.3388	Valid
4	X.4	0.788	0.3388	Valid
5	X.5	0.769	0.3388	Valid
6	X.6	0.696	0.3388	Valid
7	X.7	0.773	0.3388	Valid
8	X.8	0.809	0.3388	Valid
9	X.9	0.768	0.3388	Valid
10	X.10	0.738	0.3388	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} 0,3388 dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05\%$. Maka seluruh pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta 2014), haal. 140

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X₂)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
11	X.1	0.519	0.3388	Valid
12	X.2	0.579	0.3388	Valid
13	X.3	0.854	0.3388	Valid
14	X.4	0.556	0.3388	Valid
15	X.5	0.868	0.3388	Valid
16	X.6	0.766	0.3388	Valid
17	X.7	0.674	0.3388	Valid
18	X.8	0.666	0.3388	Valid
19	X.9	0.529	0.3388	Valid
20	X.10	0.624	0.3388	Valid
21	X.11	0.726	0.3388	Valid
22	X.12	0.706	0.3388	Valid
23	X.13	0.771	0.3388	Valid
24	X.14	0.711	0.3388	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} 0.3388 dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05\%$. Maka seluruh pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No	Keterangan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
25	Y.1	0.696	0.3388	Valid
26	Y.2	0.494	0.3388	Valid
27	Y.3	0.630	0.3388	Valid
28	Y.4	0.768	0.3388	Valid
29	Y.5	0.664	0.3388	Valid
30	Y.6	0.604	0.3388	Valid
31	Y.7	0.780	0.3388	Valid
32	Y.8	0.673	0.3388	Valid
33	Y.9	0.530	0.3388	Valid
34	Y.10	0.683	0.3388	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa seluruh item soal memiliki nilai R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} 0,3388 dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05\%$. Maka seluruh pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari suatu kuesioner (angket), maka alat ukur untuk kuesioner dikatakan reliabilitas jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.² Berikut dapat dilihat hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan produk (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	10

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	14

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	10

Sumber: data primer yang diolah, 2021

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Dari variabel-variabel diatas dapat diketahui variabel bebas yaitu keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) dengan jumlah 10 item soal memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.913 > 0,60$ dan variabel pelayanan (X_2) dengan jumlah 14 item soal memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.905 > 0,60$ dan untuk variabel terikat kepuasan nasabah (Y) dengan jumlah 10 item soal memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.849 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari $0,60$ yang artinya X_1 X_2 dan Y dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan penulis untuk uji asumsi klasik terhadap data penelitian maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini yang digunakan untuk menguji normalitas data dilakukan dengan uji Shapiro Wilk. Dasar pengambilan keputusannya yakni jika nilai signifikan $> 0,05$, maka data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika signifikan $< 0,05$, maka data penelitian tidak berdistribusi normal.³ Dapat dilihat pada tabel berikut:

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal. 25

**Tabel 4.8: Uji Normalitas
Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.154	34	.040*	.952	34	.142
X2	.167	34	.017	.947	34	.103
Y	.115	34	.200*	.983	34	.853

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) sebesar $0.142 > 0.05$, variabel pelayanan (X_2) sebesar $0.103 > 0.05$ dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar $0.853 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi yang kuat diantara variabel bebas yaitu keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2), dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinieritas ataupun tidak dapat diperiksa menggunakan *variance inflation factor* (VIF) untuk masing-masing variabel independen yaitu jika suatu variabel independen mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $>$

0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya.⁴ Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9: Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.660	6.244		3.149	.004		
Keunggulan produk	.202	.129	.292	1.566	.127	.661	1.512
Pelayanan	.209	.127	.307	1.646	.110	.661	1.512

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas yakni uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai tolerance kedua variabel yakni keunggulan produk dan pelayanan 0.661 lebih besar dari 0.10 sedangkan *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel yakni, keunggulan produk dan pelayanan adalah 1.512 lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X_1 , X_2 dan Y) tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas Tujuan dari regresi ini dapat disimpulkan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat syarat asumsi klasik pada model regresi linier tersebut, dimana dalam model regresi masing masing

⁴ Moh. Yudi Mahadianto, *Analisis Parametrik Depedensi dengan Program SPSS*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal.58

syarat model regresi harus terpenuhi agar menjadi syarat tidak adanya heterokedastisitas.⁵ Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10: Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.871	3.328		-.562	.578
Keunggulan Produk	-.165	.069	-.470	-2.402	.078
Pelayanan	.184	.068	.533	2.721	.089

a. Dependent Variable:
RES2

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas yakni uji heterokedastisitas glejser diketahui nilai signifikansi dari variabel keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) sebesar $0.078 > 0.05$ dan signifikansi dari variabel pelayanan (X_2) sebesar $0.089 > 0.05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (e_i) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}). Jika nilai DW (Durbin Watson) terletak di antara dU dan $(4-dU)$, berarti bebas dari *autokorelasi*.⁶

⁵ Moh Yudi Mahadianto, *et, al.*, hal.59

⁶Moh Yudi Mahadianto dan Adi Setiawan, hal. 60.

**Tabel 4.11: Uji Autokolerasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.534 ^a	.285	.239	3.59771	2.400

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Keunggulan produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 yakni uji autokorelasi diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 2.400, dalam penelitian ini pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 34 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka pada tabel *Durbin Watson* akan didapat nilai $d_l=1.332$ dan nilai $d_u=1.580$, karena nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 2.400 terletak diantara nilai nilai 1.580 (d_u) dan $4-d_u$ (2.422) dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup. Berikut dapat dilihat hasil uji regresi linier berganda:

**Tabel 4.12: Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.669	5.243		4.133	.000
Keunggulan Produk	.065	.053	.171	1.219	.229
Pelayanan	.268	.095	.397	2.828	.007

a. Dependent Variable:

Kepuasan

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dibuat regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = 21.669 + 0.065 X_1 + 0.268 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah (Variabel dependen)

a = Konstanta

X₁ = Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah (Variabel Independen)

X₂ = Pelayanan (Variabel Independen)

Sehingga dapat disimpulkan dari persamaan tersebut adalah:

- a. Nilai konstanta memiliki angka 21.669 adalah bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Keunggulan Produk dan Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat KCP Curup maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup

- b. Nilai 0.065 pada variabel Keunggulan produk (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Keunggulan Produk yang diberikan Bank Muamalat KCP Curup maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.
- c. Nilai 0.268 pada variabel Pelayanan (X2) adalah bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat KCP Curup maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi parsial (uji T)

Uji parsial pada penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan model regresi variabel independen yakni keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X1) dan pelayanan (X2) secara parsial (tersendiri) yang ditimbulkan dari masing-masing variabel baik itu X₁, ataupun X₂ terhadap variabel dependen yakni kepuasan nasabah (Y), secara terperinci dapat dijelaskan pada hasil t_{hitung} sebagai berikut:

Tabel 4.13: Uji Koefisien Regresi Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.669	5.243		4.133	.000
Keunggulan Produk	.065	.053	.171	1.219	.229
Pelayanan	.268	.095	.397	2.828	.007

a. Dependent Variable:
Kepuasan

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Dasar pengambilan keputusan uji t pada penelitian ini yakni jika nilai signifikansi < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y dan sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Pada penelitian ini menggunakan signifikansi 5% (0.05) dan ketentuan $df = n - k - 1$ (n = jumlah responden).⁷ Sehingga didapat $df = 34 - 2 - 1 = 31$, sehingga ditemukan t_{tabel} sebesar 2.040, dapat diketahui hasil uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Apakah ada pengaruh keunggulan produk tabungan iB Hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup ?

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Keunggulan produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel Keunggulan produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji Regresi Parsial antara variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan t_{hitung} 1.219 dan p value (sig) sebesar 0.229 lebih besar > 0.05 dan t_{hitung} (1.219) $< t_{tabel}$ (2.040), sehingga dapat disimpulkan bahwa (H_a) ditolak dan (H_0) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel keunggulan produk tabungan

⁷Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal. 335.

iB Hijrah (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank Muamalat KCP Curup.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keunggulan produk tabungan iB Hijrah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup, hal ini berarti semua keunggulan-keunggulan yang diberikan oleh Bank Muamalat tidak memberikan kepuasan bagi nasabahnya dan hasil penelitian ini berarti menolak indikator yang menyatakan bahwa: pertama, *Featrures* (fitur) adalah spesifik produk yang dirancang untuk melengkapi fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah pada produk. Kedua, *Reliability* (kehandalan) adalah bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Ketiga, *Aesthetics* (estetika) adalah bagaimana penampilan produk yang dilihat dari tampak, rasa, dan bentuk dari produk. Keempat, *Perceived quality* (kesan kualitas) adalah hasil dari pemakaian yang secara tidak langsung dilakukan yang disebabkan oleh kurang paham ataupun kekurangan informasi pada barang yang dihasilkan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan produk tabungan iB hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup tidak dapat diterima.

2) Apakah ada pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup ?

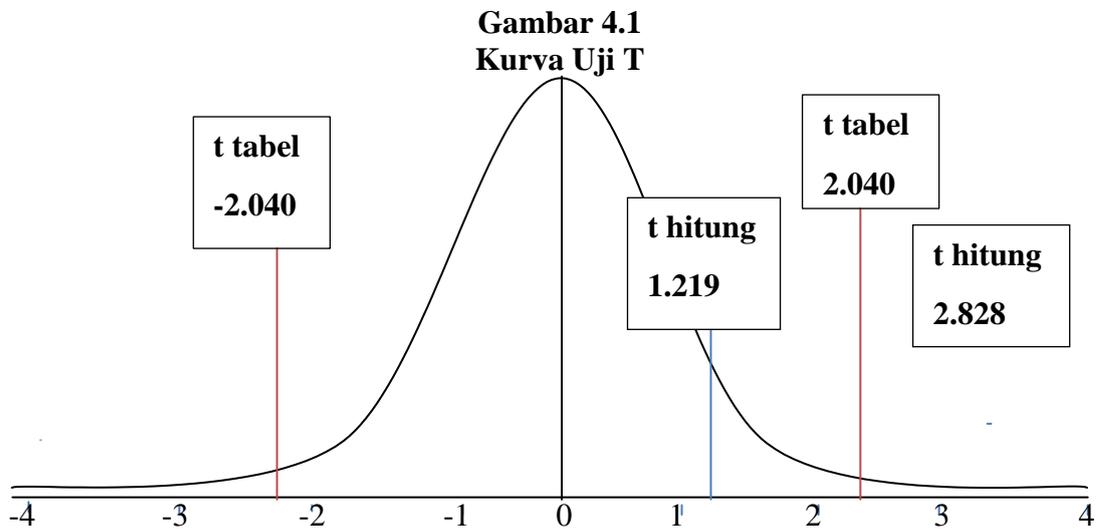
H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji Regresi Parsial antara variabel pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan t_{hitung} 2.828 dan p value (sig) sebesar 0.007 lebih kecil < 0.05 dan t_{hitung} (2.828) $> t_{tabel}$ (2.040), sehingga dapat disimpulkan bahwa (H_0) di tolak dan (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan secara parsial bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank Muamalat KCP Curup.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Curup maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik dapat terlihat dari kemampuan menjalankan pekerjaan secara efektif dan efisien.

Dari tabel 4.12 dapat digambarkan melalui kurva sebagai berikut:



a. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) pada penelitian ini digunakan untuk menguji variabel independen yakni keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen yakni kepuasan nasabah (Y). Secara terperinci dapat dijelaskan pada hasil t_{hitung} berikut:

Tabel 4.14: Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.239	2	71.119	7.339	.002 ^a
Residual	445.761	31	9.690		
Total	588.000	33			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Keunggulan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Adapun hipotesis dan rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

3) Apakah ada pengaruh secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup ?

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Keunggulan Produk dan Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan variabel Keunggulan Produk dan Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji F pada penelitian ini yakni jika nilai $\text{sig} < 0.05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y , pada penelitian ini menggunakan signifikansi 5% (0.05), $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k - 1$, sehingga $df = 2 - 1 = 1$, $df_2 = 34 - 2 - 1 = 31$. Sehingga ditemukan F_{tabel} sebesar 3.30 dengan tingkat signifikan $0.002 > 0.05$, Maka berdasarkan tabel 4.13 uji koefisien regresi simultan (Uji F) diketahui nilai signifikansi untuk keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0.002 < 0.05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} (7.339) > F_{\text{tabel}} (3.30)$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_a) diterima dan (H_0) ditolak yang berarti terdapat pengaruh keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup, Dalam hal ini dapat diartikan dimana kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan iB Hijrah sangat terpengaruh oleh kedua variabel tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah diterimanya dan terbukti berpengaruh.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel independen yakni keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah (Y). Secara terperinci perhatikan tabel berikut ini:

**Tabel 4.15: Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.285	.239	3.59771

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Keunggulan Produk
Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diketahui nilai R Square sebesar 0.285 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 28.5% sedangkan sisanya

71.5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penulis, seperti biaya, harga, keamanan, dan nilai citra Bank yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini menunjukkan bahwa terdapat variabel independen lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 34 orang dari populasi nasabah di Bank Muamalat KCP Curup tepatnya pada produk tabungan iB Hijrah yang berakad *wadi'ah* yakni berjumlah 34 orang. Maka untuk sampel tersebut penulis mengambil seluruh dari populasi produk yang menggunakan tabungan iB Hijrah dan teknik yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan sacak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan diperoleh penulis untuk mengetahui pengaruh antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup, hal ini dibuktikan dengan olahan SPSS 16.00 dalam uji validitas dan reliabilitas semua variabel penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang artinya seluruh pertanyaan bersifat valid dan masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60 yang artinya X_1 , X_2 dan Y dinyatakan reliabel.

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijelaskan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat KCP Curup

Produk menjadi instrumen penting bagi setiap perusahaan untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan moderen, perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk terus menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar.

Berdasarkan hasil olahan SPSS 16.00 pada tabel 4.13 uji regresi linier berganda yang memperoleh sig 0.229 dengan *alpha* 5% (0.05) dan didapat nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) sebesar 0.065 artinya jika variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.065 dimana nilai koefisien tersebut bernilai positif. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan signifikansi keunggulan produk (X_1) sebesar 0.229 lebih besar dari 5% (0.05) sedangkan t_{hitung} (1.219) < t_{tabel} (2.040). dalam hal ini dapat diartikan

bahwa keunggulan produk tabungan iB Hijrah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup.

Hasil penelitian ini berarti menolak indikator yang menyatakan bahwa: pertama, *Featrures* (fitur) adalah spesifik produk yang dirancang untuk melengkapi fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah pada produk. Kedua, *Reliability* (kehandalan) adalah bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Ketiga, *Aesthetics* (estetika) adalah bagaimana penampilan produk yang dilihat dari tampak, rasa, dan bentuk dari produk. Keempat, *Perceived quality* (kesan kualitas) adalah hasil dari pemakaian yang secara tidak langsung dilakukan yang disebabkan oleh kurang paham ataupun kekurangan informasi pada barang yang dihasilkan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan produk tabungan iB hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup tidak dapat diterima.

2. Pengaruh pelayanan (X₂) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank

Muamalat KCP Curup

Pelayanan yang baik terlihat dari kemampuan menjalankan pekerjaan secara efektif dan efisien, perusahaan harus selalu meningkatkan dalam hal pelayanan untuk selalu cepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan lebih tanggap terhadap keluhan serta harus memberikan perhatian individu dengan baik agar dapat lebih memaksimalkan pelayanan sehingga

dapat mencapai hasil yang lebih baik, semakin baik pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada nasabah maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil olahan SPSS 16.00 pada tabel 4.13 uji regresi linier berganda yang memperoleh sig 0.007 dengan α 5% (0.05) dan didapat nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* menunjukkan nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X_2) sebesar 0.268 artinya jika pelayanan (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.268 dimana nilai koefisien tersebut bernilai positif. Hal ini sejalan dengan hasil hipotesis yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} (2.828) > t_{tabel} (2.040)$ dengan sig sebesar $0.007 < 0.05$ dapat dilihat pada tabel 4.13 dalam hal ini dapat diartikan semakin baik pelayanan yang diberikan Bank Muamalat maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup dapat diterima yang artinya variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat KCP Curup

Keunggulan produk dan pelayanan merupakan hal yang penting untuk sebuah bank dalam menjalankan bisnisnya, keunggulan produk dan pelayanan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, semakin

baik produk dan pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan tingkat kepuasan nasabah, apabila nasabah sudah merasa puas maka nasabah akan tetap memilih menggunakan produk dari bank tersebut.

Berdasarkan hasil olahan SPSS 16.00 uji koefisien regresi simultan (Uji F) pengaruh antara keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel 4.14 (*Anova*) dimana memperoleh nilai F_{hitung} (7.339) lebih besar dari F_{tabel} (3.30) dengan taraf signifikansi 0.002 lebih kecil dari 0.05, maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel independen yakni antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dalam hal ini dapat diartikan dimana kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan iB hijrah sangat terpengaruh oleh kedua variabel tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah diterimanya dan terbukti berpengaruh.

Hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan angka *R Square* atau (R^2) adalah 0.285 dapat dilihat pada tabel 4.15, yang berarti 28.5% variabel terikat (kepuasan nasabah) dijelaskan ataupun dipengaruhi oleh variabel bebas (keunggulan produk tabungan iB hijrah dan pelayanan) sedangkan sisanya 71.5% (100-28.5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penulis. Seperti biaya, harga, keamanan, dan nilai citra

bank yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini menunjukkan bahwa terdapat variabel independen lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Curup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup serta didukung teori-teori yang melandasi sebelumnya, maka peneliti mengambil keputusan bahwa:

1. Variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat KCP Curup, sehingga dapat dikatakan keunggulan produk tabungan iB hijrah tidak secara otomatis meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} (1.365) < t_{tabel} (2.060) dan nilai signifikan 0.178 lebih besar α $0,05$. Dengan demikian hipotesis yang pertama (H_1) yang menyatakan “terdapat pengaruh keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup” ditolak dan tidak terbukti. Hal ini berarti semua keunggulan-keunggulan yang diberikan oleh Bank Muamalat tidak memberikan kepuasan bagi nasabahnya dan hasil penelitian ini berarti menolak indikator yang menyatakan bahwa: pertama, *Feature* (fitur) adalah spesifik produk yang dirancang untuk melengkapi fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah pada produk. Kedua, *Reliability* (kehandalan) adalah bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Ketiga, *Aesthetics* (estetika) adalah

bagaimana penampilan produk yang dilihat dari tampak, rasa, dan bentuk dari produk. Keempat, *Perceived quality* (kesan kualitas) adalah hasil dari pemakaian yang secara tidak langsung dilakukan yang disebabkan oleh kurang paham ataupun kekurangan informasi pada barang yang dihasilkan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan produk tabungan iB hijrah terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup tidak dapat diterima.

2. Variabel pelayanan (X_2) terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat KCP Curup, sehingga dapat dikatakan semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Muamalat maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah, pelayanan yang baik dapat terlihat dari kemampuan menjalankan pekerjaan secara efektif dan efisien. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} (3.082) lebih besar dari t_{tabel} (2.060) dengan nilai sig 0.003 lebih kecil dari α 0.05. dengan demikian hipotesis yang kedua (H_2) yang menyatakan “terdapat pengaruh pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup” diterima dan terbukti.
3. Variabel keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) terdapat pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat KCP Curup, sehingga dapat dikatakan kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh bagi kepuasan nasabah. Dalam hal ini dapat diartikan dimana kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan iB Hijrah sangat terpengaruh oleh kedua

variabel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara keunggulan produk tabungan iB Hijrah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah diterimanya dan terbukti berpengaruh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} (6.849) lebih besar dari F_{tabel} (3.37) dengan taraf signifikansi 0.003 lebih kecil dari 0.05. dengan demikian hipotesis yang ketiga (H_3) yang menyatakan “terdapat pengaruh keunggulan produk tabungan iB hijrah (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup” diterima dan terbukti.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan serta berdasarkan hasil kesimpulan sebelumnya maka peneliti mencoba untuk mengajukan beberapa saran yang nanti dapat digunakan sebagai pedoman dan masukan bagi Bank Muamalat KCP Curup dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Industri Keuangan

Sebaiknya Bank Muamalat KCP Curup lebih memperhatikan kualitas produk tabungan iB hijrah dan melakukan sosialisasi mengenai manfaat, keunggulan serta keuntungan dari produk tabungan iB hijrah ini sehingga nasabah maupun yang belum menjadi nasabah dapat lebih berminat dan menggunakan produk tabungan iB hijrah itu sendiri dalam jangka waktu yang panjang dan dapat menimbulkan rasa loyal ataupun puas terhadap produk

yang ditawarkan dan yang digunakan oleh nasabah. Kemudian bank Muamalat KCP Curup lebih meningkatkan lagi dari segi pelayanan, karena pelayanan dapat menimbulkan rasa nyaman dan menimbulkan rasa puas terhadap nasabah.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan nasabah pada perusahaan perbankan, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, Zainuddin. 2010. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwi, Hasan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Antonio Syafei, Muhammad. 2000. *Bank Islam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- . 2001. *Bank Syariah Dan Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arif Al, Rianto Nur M. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Arikunto, Suharsini. 2004. *Prosedur Suatu Pendekatan Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- . 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babadu, and Zain. 2001. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Deni Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosda.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Effendy Ujana, Onong. 2005. *Kamus Komunikasi*.
- Fathoni, Abdurrahman. 2011. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Plisherub.
- Gainau B, Maryam. 2021. *Pengantar Metode Penelitian*. Depok: PT Kanisius.
- Gottschalk, Louis. 2000. *Mengerti Sejarah*. Depok: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia.
- Harjito, Agus, and Martono. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonesia.

- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial*. Jakarta: Gaung Persada Groub.
- Ismail. 2010. *Perbankan Syariah*. Surabaya: Kencana.
- . 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Groub.
- . 2015. *Perbankan Syariah*. Surabaya: Kencana.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- . 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- . 2017. *Customer Service Excellent, Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- . 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Ketler Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, Albert. 2001. *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan Rakhman, Arief. 2014. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Mahadianto Yudi, Moh, and Adi Setiawan. 2013. *Analisis Parametrik Dependesi Dengan Program SPSS*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT RajaGrafindo.
- Moenir. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Umi Aksara.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Narboku, Cholid, and Abu Achmadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor, Juliansyah. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Noor, Zainulbahar. 2006. *Bank Muamalat: Sebuah Mimpi Harapan Dan Kenyataan*. Jakarta: Bening Publishing.

- Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- . 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2 Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Poewadarmita. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Retnoningsih, Suhamo. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- Rismiati, Catur, and Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma, and Roger Bogue. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6*. Jakarta: Salemba.
- Soemitra, Andi. 2016. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Medan: Kencana.
- . 2017. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, joko. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugianto, Endar. 1999. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Grandmedia.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- . 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Sutarto. 2009. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, and zGregorius Chandra. 2005. *Service Quality Dan Statisfication*. Yogyakarta: Grandmedia.
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo.

Zain, Badudu. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Tiga*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

JURNAL

Fikri, Sirhan. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3 (1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>.

Henard H, David, and Szymanski. 2001. "Why Some New Products Are More Successful Than Others." *Journal Of Marketing Ressarch* Xxxviii (3). <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.3.362.18861>.

Inayah, Nurul. 2020. "Pengaruh Banking Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah, Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 5: 2.

Munfaat, Imron. 2003. "Membangun Keunggulan Produk." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* II (3). <https://doi.org/10.14710/jspi.v2i3.219-232>.

WEBSITE

Anonim.2021.*Produk Tabungan Bank Muamalat*. [Https://www.bankmuamalat.co.id](https://www.bankmuamalat.co.id).

———. 2021. *Pengertian Tabungan iB Hijrah*. [Https://www.bankmuamalat.co.id](https://www.bankmuamalat.co.id).

L
A
M
P
I
R
A
N

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 004/In.34/FS/PP.00.9/09/2021

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2018-2022;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0050/In.34/2/KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama :

Menunjuk saudara:

1. Noprizal, M.Ag
2. Rahman Arifin, M.E

NIP. 197711052009011007

NIP. 198812212019031009

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA	:	Dui Vetri
NIM	:	17631031
PRODI/FAKULTAS	:	Perbankan Syariah (PS)/Syariah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI	:	Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan IB Hijrah Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup

- Kedua** : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat** : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima** : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Curup

Pada tanggal : 15 September 2021

Dekan,



Dr. Yusef M. Ag

NIP. 197002021998031007

Tembusan :

1. Ka. Biro AU, AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AU/ AK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Ansp/ Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan



FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0773) 21010-7003044 Fax (0773) 21010 Curup 39419
Website/Facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor
Lamp
Hal

/In.34/FS/PP.00.9/09/2021
: Proposal dan Instrumen
: Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 08 Oktober 2021

Kepada Yth,
Ketua Yayasan Al-Amin Curup
Di-
Curup Rejang Lebong

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

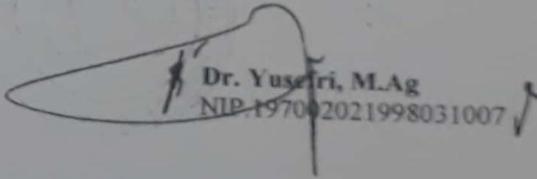
Nama : Dui Vetri
Nomor Induk Mahasiswa : 17631031
Program Studi : Perbankan Syariah (PS)
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Curup
Waktu Penelitian : 08 Oktober 2021 Sampai Dengan 08 Desember 2021
Tempat Penelitian : SDIT dan SMP IT Khoiru Ummah

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya
ducapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan,


Dr. Yusufri, M.Ag
NIP.197002021998031007

Tembusan :

1. Bank Muamalat KCP Curup



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Dui Vethi
 NIM : 17631031
 FAKULTAS : Syariah dan Ekonomi Islam
 PEMBIMBING I : Noprizal, M. Ag
 PEMBIMBING II : Rahman Anfin, M. E
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Keunggulan Produk Tabung IB Hiraah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup

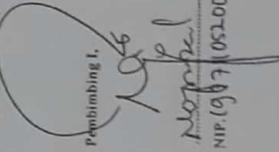
- * Kartu konsultasi ini harap dibaca pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;
- * Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;
- * Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.

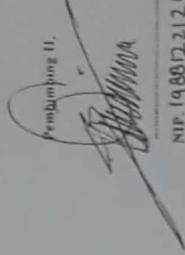


KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Dui Vethi
 NIM : 17631031
 FAKULTAS : Syariah dan Ekonomi Islam
 PEMBIMBING I : Noprizal, M. Ag
 PEMBIMBING II : Rahman Anfin, M. E
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Keunggulan Produk Tabung IB Hiraah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Curup

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

 Noprizal
 NIP. 196705100501007

Pembimbing II,

 NIP. 19881221209031009



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	15/9/2021	Tambahkan Keunggulan Produk	[Signature]	
2	19/9/2021	ACC BAB I	[Signature]	
3	23/9/2021	Definisi Secara Gabung	[Signature]	
4	24/9/2021	Acc Gudang	[Signature]	
5	28/9/2021	Tambahkan Separah Pengelola B.M.I	[Signature]	
6	08/11/2021	Tambahkan grafik - Tambahkan Variabel lainse. 4ps, 3e, 3e	[Signature]	
7	15/11/2021	Acc untuk memo pangal	[Signature]	
8				

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	19/9/2021	ACC BAB I	[Signature]	
2	28/9/2021	ACC BAB II	[Signature]	
3	28/9/2021	- Tambahkan logo B.M.I - Setor kata disperse	[Signature]	
4	29/9/2021	ACC BAB III	[Signature]	
5	07/10/2021	Acc nomor IV, V	[Signature]	
6	14/10/2021	Acc nomor memo	[Signature]	
7				
8				

	Sig. (2-tailed)	.912	.000	.004	.003	.000		.000	.006	.018	.006	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.7	Pearson Correlation	.206	.775**	.534**	.547**	.626**	.583**	1	.484**	.496**	.574**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.243	.000	.001	.001	.000	.000		.004	.003	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.8	Pearson Correlation	.505**	.431*	.726**	.556**	.597**	.460**	.484**	1	.825**	.567**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.000	.001	.000	.006	.004		.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.9	Pearson Correlation	.379*	.451**	.611**	.478**	.623**	.405*	.496**	.825**	1	.581**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.027	.007	.000	.004	.000	.018	.003	.000		.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.10	Pearson Correlation	.236	.625**	.516**	.483**	.513**	.462**	.574**	.567**	.581**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.179	.000	.002	.004	.002	.006	.000	.000	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Total	Pearson Correlation	.551**	.824**	.843**	.788**	.769**	.696**	.773**	.809**	.768**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

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

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

	Sig. (2-tailed)	.267	.028	.000	.006	.000	.017	.019	.031	.243	.303	.000		.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.13	Pearson Correlation	.350*	.355*	.501**	.374*	.695**	.586**	.418*	.358*	.418*	.409*	.532**	.652**	1	.730**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.042	.040	.003	.029	.000	.000	.014	.038	.014	.016	.001	.000		.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.14	Pearson Correlation	.277	.410*	.490**	.228	.546**	.399*	.470**	.543**	.519**	.304	.327	.717**	.730**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.113	.016	.003	.194	.001	.019	.005	.001	.002	.080	.059	.000	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Total	Pearson Correlation	.519**	.579**	.845**	.556**	.868**	.766**	.674**	.666**	.529**	.624**	.726**	.706**	.771**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

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

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

UJI SPSS VALIDITAS Y

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1 Pearson Correlation	1	.226	.290	.457**	.326	.418*	.534**	.481**	.394*	.463**	.696**
Sig. (2-tailed)		.198	.096	.007	.060	.014	.001	.004	.021	.006	.000
N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y2 Pearson Correlation	.226	1	.307	.258	.254	.298	.392*	.275	.209	.086	.494**
Sig. (2-tailed)	.198		.077	.141	.147	.087	.022	.115	.234	.628	.003
N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y3 Pearson Correlation	.290	.307	1	.696**	.639**	.203	.310	.232	.199	.241	.630**
Sig. (2-tailed)	.096	.077		.000	.000	.251	.075	.186	.260	.170	.000
N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y4 Pearson Correlation	.457**	.258	.696**	1	.689**	.362*	.553**	.324	.287	.273	.768**
Sig. (2-tailed)	.007	.141	.000		.000	.035	.001	.062	.100	.118	.000
N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y5 Pearson Correlation	.326	.254	.639**	.689**	1	.463**	.413*	.256	.070	.200	.664**
Sig. (2-tailed)	.060	.147	.000	.000		.006	.015	.144	.695	.258	.000
N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y6 Pearson Correlation	.418*	.298	.203	.362*	.463**	1	.521**	.365*	.084	.339*	.604**

	Sig. (2-tailed)	.014	.087	.251	.035	.006		.002	.034	.637	.050	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y7	Pearson Correlation	.534**	.392*	.310	.553**	.413*	.521**	1	.443**	.310	.603**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.001	.022	.075	.001	.015	.002		.009	.075	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y8	Pearson Correlation	.481**	.275	.232	.324	.256	.365*	.443**	1	.309	.593**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.004	.115	.186	.062	.144	.034	.009		.075	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y9	Pearson Correlation	.394*	.209	.199	.287	.070	.084	.310	.309	1	.682**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.021	.234	.260	.100	.695	.637	.075	.075		.000	.001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y10	Pearson Correlation	.463**	.086	.241	.273	.200	.339*	.603**	.593**	.682**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.006	.628	.170	.118	.258	.050	.000	.000	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Total	Pearson Correlation	.696**	.494**	.630**	.768**	.664**	.604**	.780**	.673**	.530**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

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

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

15	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	33
16	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	33
17	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	34
18	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
19	5	3	4	4	4	1	4	4	4	3	36
20	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
21	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	31
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
23	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	37
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	3	4	3	3	2	2	4	4	4	34
26	5	2	4	4	2	2	2	4	3	2	30
27	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
30	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48

31	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	36
32	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	43
33	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
34	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	44

25	5	5	4	2	4	2	2	5	5	5	4	4	4	4	55
26	5	5	4	2	3	2	3	5	5	5	3	3	3	4	52
27	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	60
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
29	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	65
30	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
31	5	5	5	5	4	4	4	3	2	4	5	5	4	4	59
32	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	66
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	66
34	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	61

23	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
24	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
25	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	37
26	3	5	4	3	4	4	3	2	4	3	35
27	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	38
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
30	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	41
31	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	42
32	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
33	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
34	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	42

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan produk (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	10

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.669	5.243		4.133	.000
Keunggulan Produk	.065	.053	.171	1.219	.229
Pelayanan	.268	.095	.397	2.828	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.239	2	71.119	7.339	.002 ^a
Residual	445.761	31	9.690		
Total	588.000	33			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Keunggulan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

BIODATA ALUMNI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
TAHUN AKADEMIK 2021

Nama Mahasiswa : DUI VETRI
Nomor Induk Mahasiswa : 17631031
Program Studi : Perbankan Syari'ah (PS)
Tempat / Tanggal Lahir : Curup / 16/09/1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Tempat Tinggal : Watas Marga
Nomor Telepon / HP / WA : 085709931830
Email : Duivetri123@gmail.com
Tahun Masuk IAIN : 2017
Tahun Tamat IAIN : 2021
Pembimbing Akademik : M. Sholihin, S.EI, M.S.I
Pembimbing Skripsi I : Noprizal, M.Ag
Pembimbing Skripsi II : Rahman Arifin, M.E
Penguji Skripsi I : Hendrianto, MA
Penguji Skripsi II : Mega Ilhamiwati, MA
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan iB Hijrah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mumakat KCP Curup
IPK Terakhir : 3.43
Biaya Kuliah : Rp. 800.000
Jalur Masuk : Mandiri/Lokal
Asal SMA/SMK/MA : SMAN 01 CURUP SELATAN
Jurusan SMA/SMK/MA : IPS
NEM :
Pesan / Saran untuk Prodi : Semoga menjadi prodi yang diminati mahasiswa baru dan dapat mengeluarkan mahasiswa yang berkualitas dan berguna bagi bangsa dan negara

ORANG TUA

Nama Ibu Kandung : Agustia Herawati
Nama Bapak Kandung : Rupandi
Alamat Orang Tua : Watas Marga
Pendidikan Ayah : SMA/SMK/MA/Sederajat
Pendidikan Ibu : SD/MI/Sederajat
Pekerjaan Ayah : Lainnya
Pekerjaan Ibu : Lainnya

LAIN LAIN

Pekerjaan Lain : -
Tinggi / Berat Badan : 158/57



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Status Perkawinan : Tidak Kawin
Nama Suami / Istri : -

ASAL PERGURUAN TINGGI (Untuk Mahasiswa Pindahan)

Nama Perguruan Tinggi Asal :
Kabupaten / Kota PT Asal :



Curup, 04/02/2022 12:36:31
Mahasiswa Ybs,

DUI VETRI
NIM. 17631031