

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH
BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE**



2019

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH
BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

2019

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH
BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE**

Skripsi

**Sebagao salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi
Perbankan Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

ASWAN. A

NIM. 14.2300.092

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

ii

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aswan. A

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR terhadap
Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara
KCPS Parepare

Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.092

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2907/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd.
NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M.
NIP : 19720929 200801 1 012

Mengetahui:



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
19730129 200501 1 004

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH
BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

ASWAN. A
NIM 14.2300.092

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah
Pada tanggal 19 Agustus 2019
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : **Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.**

NIP : 19610320 199403 1 004



Pembimbing Pendamping : **Abdul Hamid, S.E., M.M**

NIP : 19720929 200801 1 012



Institut Agama Islam Negeri Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19680127 198703 1 002

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR Terhadap
Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Neagara
KCPS Parepare

Nama Mahasiswa : ASWAN. A

NIM : 14.2300.012

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan : SK. Ketua STAIN Parepare

Pembimbing : No. B.2907/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.

(Ketua) (.....)

Abdul Hamid, S.E., M.M.

(Sekertaris) (.....)

Dr Zainal Said, M.H.

(Anggota) (.....)

Dr. M Nasri H, M.AG

(Anggota) (.....)

Mengetahui:



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya, dan juga saudara-saudara yang telah memberikan dukungan dan motivasi.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua, Ayah Alimani dan Ibu Narli yang telah memberikan dukungan moril, spiritual maupun materil dalam menjalankan penelitian dan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair. M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdian beliau sehingga tercipta suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

4. Bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.p.d dan bapak Abdul Hamid, S.E., M.M selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.
5. Ibu An Ras Tri Astuti sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah berjasa dan mendedikasikan hidup beliau untuk Program Studi sehingga Program Studi Perbankan Syariah saat ini dapat berkembang dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya dan wawasan kepada penulis. Dan seluruh staf, staf bagian rektorat, staf akademik, staf fakultas, dan staf perpustakaan yang selalu siap melayani mahasiswa.
7. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi peneliti.
8. Seluruh pegawai dan staf yang bekerja pada lembaga IAIN Parepare atas segala bantuan dan arahnya mulai dari penulis kuliah di lembaga tersebut sampai proses penyelesaian sudi penulis.
9. Terima kasih kepada seluruh keluarga dan teman, Terkhusus Untuk PORMA IAIN Parepare, PMII Parpare dan Lacer Fc yang tak henti-hentinya memberikan semangat, motivasi dan menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

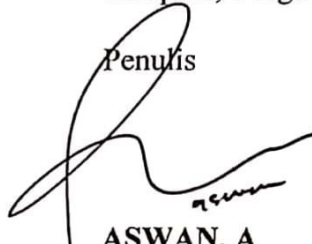
Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang berlimpah baik itu

didunia maupun diakhirat kelak, diberikan rejeki yang berlipat serta dibukakan jalan yang baik setiap langkahnya.

Akhirnya penulis mengharapkan kiranya pembaca berkenaan memberikan saran konstruktif dan membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 6 Agustus 2019

Penulis



ASWAN. A
NIM 14.2300.092



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

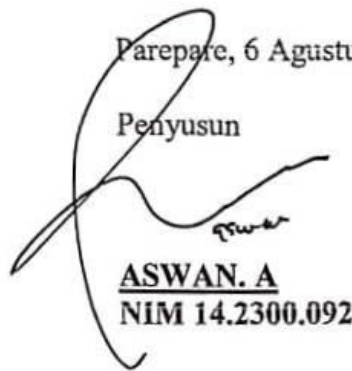
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aswan. A
NIM : 14.2300.092
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang, 23 Maret 1996
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR
Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank
Tabungan Negara KCPS Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 6 Agustus 2019

Penyusun



ASWAN. A
NIM 14.2300.092

ABSTRAK

ASWAN.A, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara KCPS Parepare*. Dibimbing oleh Bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. selaku pembimbing utama dan Bapak Abdul Hamid, S.E., M.M selaku pembimbing kedua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan produk KPR terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Tabungan Negara KCPS Parepare. Sampel penelitian ini adalah beberapa nasabah dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kusioner.

Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis berganda, uji t, uji f, Koefisien Determinasi (R^2), dan Korelasi ganda R.

Hasil Penelitian menunjukan : Berdasarkan pada perhitungan regresi linear, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Kemudian produk KPR (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) akan tetapi tidak terlalu besar.

Key Word: Kualitas Layanan, Produk KPR, Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	iv
HALAMAN KOMISI PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teori.....	6
2.1.1 Definisi Bank Umum.....	6
2.1.2 Definisi Bank Syariah	7

2.1.3 Fungsi Bank Syariah	9
2.1.4 Tujuan Bank Syariah	9
2.1.5 Teori Produk Bank Syariah.....	9
2.1.6 Teori Kualitas Layanan.....	11
2.1.7 Teori Kualitas Produk.....	18
2.1.8 Teori Kepuasan Nasabah	20
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pikir/ Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis	26
2.5 Definisi Operasional Variabel.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan data	30
3.5 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambar Umum Lokasi Penelitian.....	34
4.2 Deskripsi Data.....	46
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	50
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	51
4.4.1 Uji Validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	53
4.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	54

4.5.1 Uji Normalitas.....	54
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.6 Hasil Penelitian.....	57
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t).....	60
4.6.3 Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji f).....	61
4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.7 Pembahasan.....	64
4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	64
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah.....	65
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Sampel Nasabah Bank BTN KCPS Parepare	46
2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
6	Hasil Uji Validitas	51
7	Hasil Uji Reliabilitas	53
8	Hasil Uji Multikolinearitas	57
9	Hasil Perhitungan Regresi	59
10	Pengujian secara Parsial (Uji-t)	61
11	Pengujian secara Simultan (Uji F)	62
12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	63
13	Hasil Pengujian Korelasi Ganda R	66

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Skema Kerangka Pikir	26
2	Skema Desain Penelitian	28
3	Skema Struktur Organisasi	39



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari IAIN Parepare	71
2	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Pemerintah Kota Parepare	72
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti Dari Bank BTN KCPS Parepare	73
4	Kuesioner Peneliti	74
5	Hasil Perhitungan SPSS	77
6	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Asumsi Klasik	80
8	Data Jawaban Responden	82
9	Dokumentasi	84
10	Daftar Riwayat Hidup	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini jasa keuangan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tingkat persaingan yang semakin kuat kesadaran masyarakat akan nilai-nilai islam yang semakin tinggi sehingga masyarakat banyak yang mulai mengikuti *trend* yang telah muncul . Di indonesia ini nilai-nilai Islam dalam kegiatan perekonomian yang melatar belakangi makin berkembangnya lembaga keuangan syariah salah satunya meningkatkan kualitas pelayanan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di era modern antara lain aktifitas penyimpanan dan dan penyaluran dana. Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Di negara berkembang, tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank.

Hadirnya perbankan syariah di tengah-tengah perekonomian ini bukan merupakan gejala baru dalam dunia bisnis syariah di Indonesia. Keadaan seperti itu ditandai dengan semangat tinggi dari berbagai kalangan, seperti ulama, akademisi, dan praktisi untuk mengembangkan perbankan tersebut.

Perbankan syariah di Indonesia berkembang sering dengan berkembangnya pemikiran masyarakat tentang syariah yang bebas dari bunga (riba). Untuk menghindari pengoprasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah islam, dengan kata lain. Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba

Perbankan merupakan lembaga yang memberikan suatu layanan dan jasa kepada masyarakat luas. Kualitas layanan yang dibutuhkan oleh konsumen pada

hakikatnya dimana layanan yang diberikan memuaskan dan sesuai dengan layanan yang diharapkan oleh pihak konsumen atau pelanggan. Perkembangan dunia perbankan semakin melaju pesat dan semakin modern baik dari segi ragam produk. Kualitas layanan dan teknologi yang dimiliki oleh pihak bank. Pemberian produk dan jasa yang dilakukan oleh suatu bank pada dasarnya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing nasabah yang dalam hal ini bertindak sebagai konsumen pengguna jasa perbankan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini memberikan pengaruh terhadap sektor keuangan, terutama perbankan.

Pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Islam mengajarkan jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas jangan memberikan hal yang buruk.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terdapat atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian kepelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen adalah raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan pada perusahaan agar tetap terus hidup.¹

Setiap aktivitas hidup terikat dalam aturan syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Dalam hal ini perlu adanya pengukuran pelayanan. Untuk

¹Badryani, *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Ekonomi Islam)*, (Suatu Tinjauan Penelitian), (STAIN Parepare, Skripsi 2014)

dimensi kualitas layanan bagi perusahaan yang berbasis syariah, yaitu sebuah instrument yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur layanan kualitas perbankan syariah dan berguna sebagai alat penilaian kualitas, dari syariah, yang melarang adanya bunga.

Frederich Reichheld melalui dalam bukunya Hermawan Kartajaya, mengatakan setelah diteliti ternyata ditemukan bahwa loyalitas pelanggan tidak berhubungan dengan kepuasan pelanggan karena pelanggan yang puas tidak otomatis akan loyal. Dan pembelian yang berulang (*repeat purchase*) bukanlah ukuran yang sah untuk menilai loyalitas pelanggan karena boleh jadi ketika pelanggan dalam keadaan terpaksa, misalnya karena tidak ada pilihan produk lain.² Sedangkan P Fandy Tjipton mengatakan loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.³

Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan berdampak juga pada loyalitas nasabah, kepuasan nasabah akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak di masa yang akan datang, berapa kemungkinan nasabah mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Jika produk tidak mampu memuaskan nasabah, nasabah akan bereaksi dengan cara exit (nasabah menyatakan

²Hermawan Kartajaya, *Markolus On Marketing The Second Gener & Ion*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007). h. 135.

³ Fandy Tjipton, *Costumer loyalty*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2000) h. 110.

berhenti membeli merek atau produk) dan voice (nasabah menyatakan ketidakpuasan secara langsung pada perusahaan).

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik meneliti tentang kualitas layanan dan produk KPR dengan hubungannya terhadap tingkat kepuasan nasabah. Peneliti juga ingin mengupas lebih jauh tentang pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap tingkat kepuasan nasabah. Apakah dari variabel tersebut saling berpengaruh atau tidak ada sama sekali pengaruhnya, lewat penelitian ini akan dibuktikan oleh penulis. Pentingnya penulis mengungkap masalah tersebut diharapkan mampu menjadi tolak ukur bagi perbankan dan penulis sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare ?
- 1.2.2 Apakah kualitas produk KPR berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare ?
- 1.2.3 Variabel manakah yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan nasabah ?

1.3 Tujuan Peneliti

- 1.3.1 Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare
- 1.3.2 Untuk mengetahui apakah ada pengaruh produk KPR terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare
- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan nasabah

1.4 Kegunaan Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat pada pengetahuan akan pentingnya pelayanan dan produk secara teoritis dan praktis.

- 1.4.1 manfaat secara teoritis, mampu memberikan sumbangsi ide, pemikiran dan gagasan tentang pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sehingga bisa dijadikan referensi mendasar bagi penelitian selanjutnya.
- 1.4.2 Manfaat secara praktis, mampu menjadi bahan rujukan dan evaluasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan untuk perkembangan yang baik karena asumsi dasar lahirnya penelitian ini menjadi trend sendiri dengan begitu banyaknya persaingan sistem perbankan berdasarkan syariah.



BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Defenisi Bank Umum

Menurut Undang-Undang perbankan nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan danannya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak.⁴

2.1.1.1 Menyelesaikan berbagai urusan uang, seperti penukaran uang, pengiriman uang dan surat berharga, dan sekaligus memerjualbelikan surat-surat berharga tersebut.

2.1.1.2 Menerima deposito.

2.1.1.3 Mengurus masalah diskonto (misalnya, membeli dengan harga yang berlaku saat ini) surat-surat berharga (umpamanya rekening dan nota perjanjian).

2.1.1.4 Memberi pinjaman dengan menggunakan jaminan atau dengan cara overdraf, mengurus bidang pegadaian atau dengan membeli saham perusahaan-perusahaan industri.

2.1.1.5 Yang berhak mengurus kepentingan dan fungsi niat bank saat ini hanya terbatas pada Bank Sentral. Pada abad ke-18 pekerjaan ini dianggap sebagai fungsi utama sebuah bank.

2.1.1.6 Mengurus pertukaran valuta asing.

⁴Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2011). h. 30.

2.1.1.7 Melaksanakan fungsi agensi bagi para nasabah, seperti :

2.1.1.7.1 Mengurus masalah sekuriti, misalnya, mengusahakan penjagaan brankas.

2.1.1.7.2 Mengusahakan penjagaan brankas yang berisi barang-barang berharga lainnya.

2.1.1.7.3 Mengurus pemungutan dividen dan semua jenis rekening.

2.1.1.7.4 Menjalin hubungan kepentingan dengan pihak bank lainnya.

2.1.1.7.5 Mengurus semua bentuk pengkreditan.

2.1.1.7.6 Betindak sebagai pemegang amanah, surat wasiat dan mengurus kepentingan para nasabah.

2.1.1.7.7 Menyelenggarakan semua kepentingan bank yang berhubungan dengan badan-badan usaha lainnya.⁵

2.1.2 Defenisi Bank Syariah

Visi perbankan islam umumnya adalah menjadi wadah terpercaya bagi masyarakat yang ingin melakukan investasi dengan sistem bagi hasil secara adil sesuai prinsip syariah. Memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak dan memberikan maslahat bagi masyarakat luas adalah misi utama perbankan islam.⁶

Di indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

2.1.2.1 Bank Umum Syariah (BUS) adalah syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai

⁵Muhammad Muslehuddin, *Sistem Perbankan Dalam Islam* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 2.

⁶Wirnyaningsi, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (cet: II, jakarta, 2005), h.15.

bank devisa dan nondevisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer keluar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan letter of credit, dan sebagainya.

2.1.2.2 Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

2.1.2.3 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁷

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari bank dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah islam. Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang menguntungkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerja sama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil, dan bentuk lainnya sesuai dengan syariah islam.⁸

61. ⁷Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.

⁸Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011). h. 32.

2.1.3 Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah⁹

2.1.4 Tujuan Bank Syariah

Adapun tujuan perbankan syariah yaitu menunjang pelaksanaan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Dalam mencapai tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara menyeluruh (kaffah) dan konsisten (istiqomah).¹⁰

2.1.5 Produk Bank Syariah

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan seseorang.¹¹ Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.¹² Produk bank merupakan jasa dan jasa yang ditawarkan dalam bentuk beraneka

⁹Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta, Gema Insani, 2001), h. 200.

¹⁰Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah diindonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 26.

¹¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UUP) AMPYKPN, 2005), h. 221

¹² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 113.

ragam. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jenis bank sendiri.¹³

Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan bagi hasil, bank syariah dan lembaga keuangan non bank tumbuh dengan pesat. Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang bagi nasabah untuk mengelola keuntungan dan kerugian antara pemilik dana (*shaibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*) dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.

Produk lembaga keuangan syariah baik yang berupa bank atau non-bank secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:¹⁴

2.1.5.1 Prinsip Simpanan (*al-wadiah*)

Prinsip simpanan adalah fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadiah* diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan.

2.1.5.2 Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini merupakan suatu sistem dengan tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.

2.1.5.3 Prinsip Jual beli (*al-Tijarah*)

Suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank

¹³ Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 122.

¹⁴ Mervyn Lewis dan Latifa Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktek, Prospek*, (Jakarta: Serambi, 2001), h. 66.

melakukan pembelian atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga beli ditambah keuntungan (*Margin*).

2.1.5.4 Prinsip Sewa (*al-ijarah*)

Secara garis besar terbagi atas dua jenis, *pertama*, ijarah atau sewa murni *kedua*, *Bai al takjiri* atau *ijarah al munthiyat bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli.

2.1.5.5 Prinsip jasa/fee (*al-Ajr walumullah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan oleh pihak bank.

2.1.6 Kualitas layanan

Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu kadar, derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb). Pelayanan merupakan suatu kondisi yang berpengaruh dan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan suatu perusahaan . jika saja yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk.

Menurut Kotler¹⁵ Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan

¹⁵Kotler, *Manajemen Pemasaran di indonesia* (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), (Jakarta: Selemba Empat, 2002), h. 129.

atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri

Definisi-definisi tentang pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa “*Layanan*” adalah segala bentuk aktivitas dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudian, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus di layani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Kualitas layanan harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas jasa.

Banyak lembaga keuangan 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 pihak bank. Dalam memberikan layanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas jasa.¹⁶

2.1.6.1 Etika Pelayanan Nasabah

Etika pelayanan adalah kemampuan untuk membedakan antara yang benar dan salah, secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pihak bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut

1. Mengucapkan salam
2. Mempersilahkan konsumen untuk masuk atau duduk dengan sopan
3. Murah senyum dan ramah
4. Mempertanyakan keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut
5. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat melayani nasabah.

2.1.6.2 Ciri-ciri pelayanan yang baik

Ciri-ciri pelayanan yang terbaik harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap mutu layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai berikut:¹⁷

1. Tersedia sarana dan pelayanan yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima, untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memedahi sehingga membuat nasabah merasa nyaman, betah, dan tidak bosan di ruangan tersebut. Meja dan kursi

¹⁶Suryani dan Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif, Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Cet II, Jakarta: Kencana, 20 16), h. 84.

¹⁷Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 778.

harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang dan tidak berisik. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *Costumer Service* yang melayaninya. Petugas *Costumer Service* harus ramah, sopan dan menarik. Selain itu, petugas *Costumer Service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *Costumer Service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3. Tanggung Jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, *Costumer Service Officer* harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari *Costumer Service Officer* tersebut. Apabila ada nasabah yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi citra yang buruk bagi bank. Nasabah yang tidak puas tersebut selalu membicarakan hal-hal yang negatif tentang bank, dan biasanya suatu keburukan akan lebih cepat berkembang daripada kebaikan.

4. Responsif

Seorang *Costumer Service Officer* harus mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah, *Costumer Service Officer* harus melakukannya sesuai prosedur layanan yang ditetapkan bank. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal dan jangan membuat kesalahan (sesuai produser bank dan

keinginan nasabah). Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang norma. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu, namun karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan berbicara hal-hal diluar konteks pekerjaan secara berlebihan padda saat melayani nasabah. Sedangkan melayani secara tepat artinya jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan. Proses yang terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat nasabah menjadi tidak betah dan malas berhubungan kembali.

5. Komunikatif

Mampu berkomunikasi artinya *Costumer Service Officer* harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, *Costumer Service Officer* harus dapat berkomunikasi dngan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakanya kepada *Costumer Service Officer*. Mampu berkomunikasi dengan baik juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul kesalahpahaman.

6. Keamanan

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya *Costumer Service Officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data nsabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan data pribadi nasabah. Dalam perusahaan perbankan kerahasiaan nasabah sangat di junjung tinggi bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

7. Kecakapan

Untuk menjadi *Costumer Service Officer* yang khusus melayani nasabah, *Costumer Service* harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas *Costumer Service Officer* harus di didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah maupun kemampuan dalam bekerja.

8. Pemahaman

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat.

9. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan ujung tombak bank untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka akan menimbulkan kepercayaan kepada nasabah tersebut. Karena meningkatkan kepercayaan yang sudah diberikan.

10. Keramahan

Keramahan adalah sikap positif dan perilaku terhormat yang harus di tunjukan kepada setiap nasabah. Karyawan bank harus menjalin keramahan dn keakraban kepada nasabah, agar nasabah merasa senang dan nyaman ketika berhadapan dengan karyawan bank.

11. 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.¹⁸

2.1.6.3 Unsur-unsur kualitas pelayanan

1. Penampilan
2. Tepat waktu dan janji
3. Kesiapan melayani
4. Pengetahuan dan keahlian
5. Kesopanan dan ramah tamah
6. Kejujuran dan kepercayaan
7. Kepastian hukum
8. Keterbukaan
9. Efisien
10. Biaya
- 11 Tidak rasial
- 12 Kesederhanaan

Dalam memberikan kualitas pelayanan seorang pegawai bank juga diperlukan etiket sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Salah satu model kualitas jasa pelayanan dan hingga ini masih dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *Servqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh para sarjana.¹⁹ *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*Expected Service*). Terdapat lima dimensi *Servqual* sebagai berikut;

¹⁸Kasim, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 186.

¹⁹Kasim, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 221.

1. *Tangible* (Bukti Fisik): Berkenaan dengan daya tarik fasilitas, fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.
2. *Reability* (Kehandalan): Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan yang disepakati.
3. *Resposivenes* (ketanggapan): Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. *Asurance* (jaminan / kepastian): perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap dan menguasai pengetahuannya dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. *Empati* (simpati): Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang aman.²⁰

2.1.7 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Abbott kualitas produk didefinisikan sebagai perbedaan dalam jumlah kualitas dan perbedaan kuantitas dalam bahan atau atribut yang diinginkan. Maka dari definisi, kualitas produk merupakan suatu proses penilaian fungsi-fungsi

²⁰Fandi Tjiptono, *Service Quality dan Satisfaction edisi III* (Yogyakarta: Andi offset, 2011), h.198.

penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti ketepatan, daya tahan produk, keandalan, kemudahan pengeoperasian, dan atribut penting lainnya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Kualitas produk merupakan aspek penting yang akan diperhatikan oleh konsumen, sebelum mereka memutuskan melakukan pembelian suatu produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan pelanggan, maka produk yang ditawarkan perusahaan juga berkualitas. Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumennya.

Ada beberapa faktor yang digunakan untuk menilai kualitas produk, yaitu:

- 1 Kinerja (*Performance*), yaitu karakteristik operasi dari produk ini (*Core Product*) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewahan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis produk.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan kompetensi kenyamanan mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan, misalnya tersedia hotline service yang menangani keluhan pelanggan.

7. *Estetika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, mislanya : bentuk fisik dan warna yang menarik serta model/desain yang aristic.

2.1.8 Kepuasan Nasabah

Nasabah merupakan pelayanan jasa dengan harapan tertentu mengenai apa yang dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan , dan kepuasan merupakan hasil yang di harapkan.

Menurut Barnes²¹ kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhnya kebutuhannya. Hal ini berarti penilaian bahwa suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terakait dengan pemenuhan suatu kebutuhan termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Sampai hari ini kepuasan nasabah masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka tau bahwa teori kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Ini logika dan pengalaman sehari-hari dalam menjalankan bisnis membuktikan hal ini.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

²¹Barnes, *Secret Of Customer Relationship Management* (Yogyakarta: Andi, 2000), hal. 64.

Irawan²² berpendapat bahwa “Kepuasan nasabah adalah hasil akumulasi dari konsumen atau nasabah dalam menggunakan produk atau jasa” oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Disamping itu kepuasan nasabah juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Fakta bahwa menarik nasabah baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan nasabah saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan nasabah.

Terlepas dari perdebatan mengenai konsepnya, realisasi kepuasan nasabah melalui perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian program khusus berpotensi memberikan beberapa manfaat pokok diantaranya sebagai berikut :

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dalam banyak hal industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan nasabah

²²Irawan, *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia, 2004), hal. 3.

merupakan upaya mempertahankan nasabah dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah.

2. Manfaat ekonomis retensi nasabah versus *perpetual prospecting*

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertimbangkan dan memuaskan nasabah saat ini jauh lebih murah daripada terus-menerus menarik atau memprospek nasabah baru.

3. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep "*costumer lifetime value*", upaya mempertahankan loyalitas nasabah terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual.

4. Daya persuasif gethok tular (*word of mouth*)

Dalam banyak industri terutama di sektor jasa pendapat atau opini dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel daripada iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana nasabah bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

5. Kepuasan nasabah sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Pada hakikatnya kepuasan nasabah merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima. Seringkali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktifitas yang ditujukan untuk membahagiakan nasabah saat ini dan masa depan. Program kepuasan nasabah relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya bisa dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama. Oleh karena itu kepuasan nasabah merupakan indikator kesuksesan

bisnis di masa depan yang mengukur kecendrungan reaksi nasabah terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Terkait dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Junaidi Safitri dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Yokyakarta”. Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 2.2.1 Dimensi kualitas carter memberikan kontribusi terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap Bank BRI Syariah cabang yokyakarta. Dapat kita lihat dari karakteristik nasabah dalam koesioner yang dikelompokkan berdasarkan taraf hidup yang meliputi jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pendapatan, status, bidang pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Dari hasil penelitian didapatkan penelitian kualitas layanan serta kepuasan yang di rasakan nasabah kepada Bank BRI Syariah Cabang Yokyakarta berada pada skala 3, hal ini menunjukkan tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah telah berada pada moderat, namun karena masih dibawah skala 4 maka belum bisa dinyatakan tinggi.
- 2.2.2 Berdasarkan analisis interensial, hasil pengukuran data (loading faktor) yang menunjukan konstribusi seluruh dimensi terhadap faktor pada model servqual (service quality) dimensi carter dalam kualitas pelayanan pada Bank BRI Syariah Cabang Yokyakarta memberikan nilai-nilai pengaruh berturut-turut dari koefisien yang terbesar sampai yang terkecil adalah sebagai berikut: dimensi daya tanggap (responsiveness) memiliki koafisien path 0,236, dimensi bukti langsung (tangibles) dengan koefisien patf 0.205, dimensi kepatuhan (compliance) dengan koefisien path 0.188, dimensi empati

(empathy) dengan koefisien path 0.176, dimensi jaminan (assurance) dengan koefisien path 0.168, dan dimensi kehandalan (reliability) dengan koefisien path 0.159.²³

Dalam penelitian saudari Sri Laksmi Purnamawati dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.BPR Syariah Dana Mulia Surakarta”. Peneliti menarik kesimpulan:

2.2.2.1 Kualitas layanan model CARTER yang terdiri dari *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* secara bersama-sama berpengaruh atas kepuasan nasabah PT BPR Syariah Dana Mulia Surakarta. Ini berarti bahwa untuk menciptakan kepuasan nasabah maka perlu memperhatikan kualitas layanan model CARTER .

2.2.2.2 Secara parsial dimensi kualitas layanan model CARTER :*Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* semuanya berpengaruh positif dan signifikan atas kepuasan nasabah PTBPR Syariah Dana Mulia Surakarta. Dengan demikian semua hipotesis yang dirumuskan terbukti kebenarannya.

2.2.2.3 Diantara berbagai dimensi kualitas layanan PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta yang diberikan kepada para nasabah, variabel *Assurance* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah $Y = 0,251$.

Dari pemaparan penelitian di atas, terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan, dimana persamaanya terletak pada metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif, selain itu terdapat pula kesamaan variabel yaitu Kualitas Layanan dengan

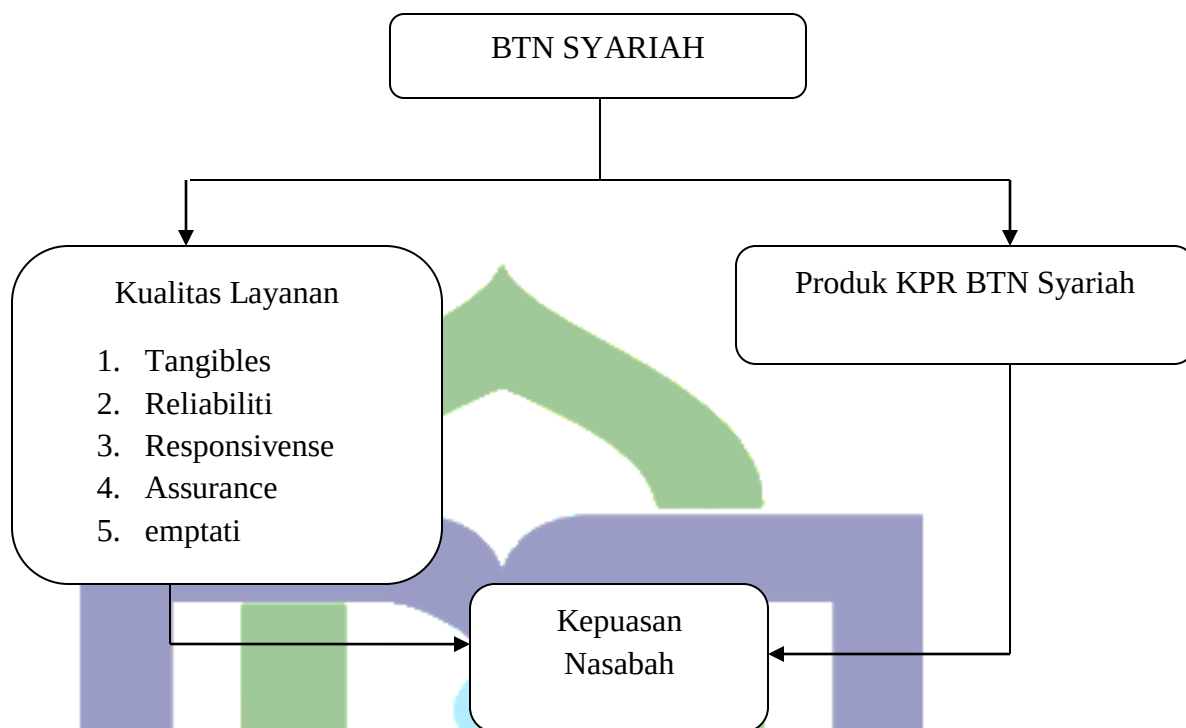
²³Junaidi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*. http://digilib.uin-suka.ac.id/14711/1/1220311099_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf (24 April 2017)

model *carter*. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu penelitian terdahulu fokus terhadap Layanan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah sedangkan dalam penelitian ini berfokus terhadap pengaruh kualitas layanan dan produk KPR terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare. Dengan variabel dependen adalah kepuasan nasabah. Dengan demikian. Hasil dari penelitian nantinya yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang tetap hasil peneliti itu sendiri bukan plagiat dari penelitian sebelumnya.

2.3 Kerangka Pikir/Konseptual

Layanan dalam suatu jasa perbankan memiliki kualitas jasa yaitu *assurance*, *tangibles*, *realibiliti*, *responsivense*, *empati* dan salah satu produk Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare

Untuk mencapai kepuasan nasabah, maka bank perlu melakukan perbandingan hubungan terhadap terhadap Kualitas Layanan dan Produk KPR pada Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare. Langkah ini akan membantu bank dalam mengevaluasi layanan dan pemecahan masalah dari adanya kesenjangan antara harapan nasabah dan layanan yang diberikan oleh bank agar dapat menciptakan kepuasan nasabah. Dengan demikian, kebutuhan nasabah atas produk barang dan jasa yang dihasilkan bank benar-benar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah. Pengaruh kualitas layanan dan produk KPR terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (BTN) KCPS Parepare dapat dilihat pada model bagan sebagai berikut:



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara. Pada penelitian membuat dugaan sementara yaitu:

- 2.4.1 H1: Variabel kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
- 2.4.2 H2: Variabel Produk KPR, berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah
- 2.4.3 H3: Variabel Kualitas Layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2.5 Defenisi Operasional Variabel

Untuk lebih memahami maksud dari penelitian maka penilti akan memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah dipahami, yaitu sebagai beriku:

2.5.1 Kualitas Layanan (X1)

Adapun yang dimaksud dengan Kualitas Layanan pada penelitian ini adalah Layanan yang diberikan oleh Pihak Bank BTN KCPS Parepare. Khususnya karyawan yang dapat memnuhui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan berupa Empati, Jaminan, Daya tanggap, Reliabilitas, dan Bukti fisik yang membuat Nasabah nyaman dalam bertransaksi.

2.5.2 Kualitas Produk KPR

Adapun yang dimkasud dengan produk. Pada penelitian ini adalah salah satu produk andalan Bank BTN KCPS Parepare yaitu Kredit Perumahan Rakyat (KPR)

2.5.3 Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah pihak yang sangat penting dalam lembaga keuangan berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank

BAB III

METODE PENELITIAN

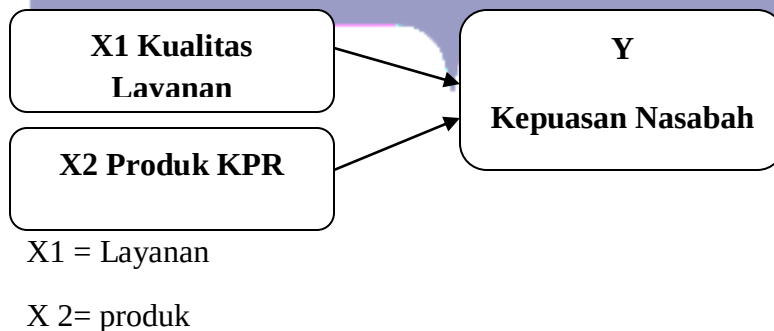
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah yang diterbitkan STAIN Parepare. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, hasil penelitian diambil dari data yang otentik di lokasi penelitian. Data yang diperoleh kemudian akan diselesaikan dengan menggunakan teknik statistik. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi di Bank BTN KCPS Parepare). Penelitian ini dilakukan secara alami, dengan mengumpulkan data dengan suatu instrumen.

Fokus penelitian ini tentu adalah variabelnya. Variabel penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1) dan Produk (X2) merupakan variabel bebas/independent dan Kepuasan Nasabah merupakan variabel terikat/dependent (Y).

Adapun bentuk paradigma dari desain penelitian sebagai berikut:



Y = Kepuasan nasabah

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Bank BTN KCPS Parepare yang beralamatkan di JL A. Makassar kota Parepare, lokasi tersebut dipilih atas pertimbangan mudahnya dijangkau oleh peneliti, adapun penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah penduduk. Kata populasi dipakai untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya.²⁴ Adapun populasi penelitian ini diambil dari beberapa nasabah yang menjai nasabah di Bank BTN KCPS Parepare

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁵ Disimpulkan, bahwa sampel ini digunakan untuk mengambil sebagian dari populasi yaitu 10% maka dari ini peneliti memutuskan penarikan sampel yang di gunakan yaitu teknik *simple Random Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.²⁶

²⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 30.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: alfabeta 2010), h. 118.

²⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 55.

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

3.4.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data kongkrit yang ada hubungannya dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknik sebagai berikut

3.4.2 Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengisian kuesioner dilakukan oleh Nasabah BTN KCPPS Pare-pare sebagai obyek penelitian ini.

Skala yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian 1 yang berisi keterangan pribadi responden, bagian II berisi pernyataan merupakan penjabaran dari kualitas layanan dan produk KPR! Dan kepuasan nasabah di Bank BTN KCPS Parepare

Kategori dari penilaian skala likert :

Di beri Skor 5 Sangat Setuju = (SS)

Di beri Skor 4 Setuju = (S)

Di beri Skor 3 Netral = (N)

Di beri Skor 2 Tidak Setuju = (TS)

Di beri Skor 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

Manfaat penggunaan likert yaitu keragaman skor (*variability of score*) dengan menggunakan skala tingkat 1-5. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel

yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi subindikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

3.4.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah dalam bentuk surat-surat, laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang telah silam. Metode dokumentasi ini mencari data mengenai hal-hal data variabel. Metode ini digunakan untuk mengetahui profil dan perkembangan Bank BTN KCPS Parepare dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Buku, internet, dan sumber informasi lainnya.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Statistik adalah kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel atau daftar, gambar, diagram, atau ukuran-ukuran tertentu, misalnya statistik penduduk, kelahiran dan statistik pertumbuhan ekonomi. Statistik adalah pengetahuan mengenai pengumpulan data, klasifikasi data, penyajian data, pengolahan data, penarikan kesimpulan, dan pengambilan keputusan berdasarkan masalah tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik berdasarkan bentuk parameternya yaitu statistik parametrik. Statistik parametrik adalah statistik yang mempertimbangkan jenis sebaran atau distribusi data yang berdistribusi normal dan memiliki variabel homogen.

Instrumen adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi 5 kriteria, yaitu validitas, reliabilitas, sensitivitas, objektivitas, dan fisibilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis atau instrumen berupa.

3.5.1 Uji Validasi Data

Validasi atau kesahian menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam hal ini peneliti akan melakukan uji validitas untuk mengukur keakuratan data yang diperoleh dari pengumpulan data

3.5.2 Regresi Berganda

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau dampak antara variabel *Independent* terhadap variabel *dependent*. Regresi berganda digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tidak bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel *Independent*. Kualitas layanan (X1) dan Produk KPR (X2), yang apakah berpengaruh terhadap variabel *dependent* Kepuasan Nasabah (Y).

Model regresi yang dikembangkan adalah $Y = a + X_1 + X_2$

Dimana :

Y : Kepuasan nasabah (variabel yang dependen atau nilai yang diprediksikan)

a : Konstanta (nilai yang tidak berubah)

- X1 : Kualitas Layanan (variabel indenpenden atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)
- X2 : Produk KPR (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)
- E : Eror/kesalahan/residu : Uji Parsial (Uji-t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya, apakah pengaruh nyata atau tidak. Apabila signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,005$ maka dapat diketahui variabel-variabel bebasnya memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikatnya, yaitu kepuasan nasabah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya BTN Syariah

Berawal dari adanya perubahan peraturan perundang-undangan perbankan oleh pemerintah dari Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 menjadi Perbankan No. 10 Tahun 1998, dunia perbankan nasional menjadi marak dengan bomingnya bank syariah.²⁷ Persaingan dalam pasar perbankan semakin ketat. Belum lagi dengan dikeluarkannya Peraturan Bank Indonesia No. 4/1/PBI/2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional, jumlah bank syariah semakin bertambah dengan banyaknya UUS (Unit Usaha Syariah). Maka manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. melalui rapat komite pengarah tim implementasi restrukturasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. tanggal 12 Desember 2013, manajemen Bank Tabungan Negara menyusun rencana kerja dan perubahan anggaran dasar untuk membuka UUS (Unit Usaha Syariah) agar dapat bersaing di pasar perbankan syariah.

Untuk mengantisipasi adanya kecenderungan tersebut, maka PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. pada rapat umum pemegang saham tanggal 16 januari 2004 dan perubahan anggaran dasar dengan akta No. 29 tanggal 27 Oktober 2004 oleh Emi Sulistyowati, SH Notaris di Jakarta yang ditandai dengan terbentuknya divisi syariah berdasarkan ketetapan direksi No. 14/DIR/DSYA/2004.

²⁷Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998.*

Pembentukan unit usaha syariah ini juga untuk memperkuat tekad ajaran PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. untuk menjadikan kerja sebagai bagian dari ibadah yang tidak terpisah dengan ibadah-ibadah lainnya. Selanjutnya PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Unit Usaha Syariah disebut “PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah” dengan motto “Maju dan Sejahtera Bersama”.

Dalam pelaksanaan kegiatannya, unit usaha syariah didampingi oleh dewan pengawas syariah yang bertindak sebagai pengawas, penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pimpinan divisi syariah dan pimpinan kantor cabang syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan prinsip syariah. pada bulan november 2004 dibentuklah struktur organisasi kantor cabang syariah PT. Bank Tabungan Negara.(Persero), Tbk. Dimana setiap kantor cabang syariah dipimpin oleh satu orang kepala cabang yang bertanggung jawab kepada kepala divisi syariah yang pada saat bersamaan Dirut Bank Tabungan Negara meminta rekomendasi penunjukan dewan pengawas syariah dan pada tanggal 3 Desember 2004, dirut PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. menerima surat rekomendasi DSN/MUI tentang penunjukkan dewan pengawas syariah untuk PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah. Pada tanggal 18 Maret 2005 resmi ditunjuk oleh DSN/MUI sebagai dewan pengawas syariah untuk mengawasi bank tabungan negara syariah, yaitu Drs. H. Ahmad Nazri Adlani, Drs. H. Mohammad Hidayat, MBA, MBL dan Dr. H. Endy M. Astiwaru, MA, AAIJ, FIIS, CPLHI, ACS.

Pada tanggal 15 Desember 2004, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. menerima surat persetujuan dari Bank Indonesia, Surat No. 6/1350/DPbs perihal

persetujuan Bank Indonesia mengenai prinsip KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank Tabungan Negara. Maka tanggal inilah yang diperingati secara resmi sebagai hari lahirnya Bank Tabungan Negara Syariah. Secara sinergi melalui persetujuan dari Bank Indonesia dan Direksi PT. Bank Tabungan Negara maka dibukalah Kantor Cabang Syariah di Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Diikuti pada tanggal 25 Februari 2005 dengan dibukanya kantor cabang syariah Bandung kemudian pada tanggal 17 Maret 2005 dibuka Kantor Cabanag Syariah Surabaya yang secara berturut-turut tanggal 4 dan tanggal 11 April 2005 Kantor Cabang Syariah Yogyakarta dan Kantor Cabanag Syariah Makassar dan pada bulan Desember 2005 dibukanya Kantor Cabanag Syariah Yogyakarta dan Kantor Cabang Syariah Makassar dan pada bulan Desember 2005 dibukanya Kantor Cabanag Syariah Malang dan Solo.

Pada tahun 2007, bank tabungan negara telah mengoperasikan dua belas Kantor Cabang Syariah dan 40 Kantor Layanan Syariah (*Office Chanelling*) pada kantor-kantor cabang dan cabang pembantu konvensional kantor cabang syariah tersebar dilokasi Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, Malang, Solo, Medan, Batam, Tangerang, Bogor dan Bekasi. Seluruh kantor cabang syariah ini dapat beroperasi secara ontime realtime berkat dukungan teknologi informasi yang cukup memadai.

Bank Tabungan Negara Makassar membuka kantor cabang pembantu Kantor Cabang Pembantu dikota Parepare. Pembukaan operasional Kantor Cabang Pembantu Syariah yang pertama diluar kota Makassar tersebut yang dilaksanakan akhir tahun, *soft opening* pada tanggal 28 Desember 2016 dan *grand opening* terlaksana pada

tanggal 26 Maret 2017. Kehadiran Bank Tabungan Negara Syariah yang membuka kantor cabang pembantu tentu sangat memudahkan pengembang dan user pengurusan pembiayaan perumahan melalui PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare.

4.1.2 Profil Bank Tabungan Negara Syariah

Bank Tabungan Negara Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit* dari Bank Tabungan Negara yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah, mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan kantor cabang syariah pertama di Jakarta. Pembukaan *Strategic Bussines Unit* untuk melayani tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah dan memperhatikan keunggulan prinsip perbankan syariah, adanya fatwa MUI tentang bunga bank, serta melaksanakan hasil RUPS tahun 2004. PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare yang terletak di Jl. A. Makkasau No.115-117 Parepare ini, mulai beroperasi pada tanggal 26 Maret 2017 yang merupakan Kantor Cabang Pembantu diluar Makassar.

Unit usaha syariah Bank Tabungan Negara hadir dengan dibentuknya Devisi Syariah pada tanggal 04 November 2004 yang merupakan kantor pusat dari seluruh kantor-kantor cabang syariah. Pada tanggal 14 Februari 2005 Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara membuka Kantor Cabang Syariah pertamanya di Jakarta. Bank Tabungan Negara Syariah berkeyakinan bahwa operasional perbankan yang berlandaskan prinsip bagi hasil dan pengambilan *margin* keuntungan dapat mendorong terciptanya stabilitas perekonomian seperti terurai dalam tujuan pembentukan Bank Tabungan Negara Syariah sebagai berikut :

4.1.2.1 Memperluas dan menjangkau segmen masyarakat yang menghendaki produk perbankan syariah.

4.1.2.2 Meningkatkan daya saing Bank BTN dalam layanan jasa perbankan.

4.1.2.3 Mempertahankan loyalitas nasabah Bank BTN yang menghendaki transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah.

4.1.2.4 Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada segenap nasabah dan pegawai.

4.1.3 Visi dan Misi

Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare sejalan dengan Visi Bank Tabungan Negara konvensional yang merupakan *Strategic Business Unit* dengan peran untuk meningkatkan pelayanan dan pangsa pasar sehingga Bank BTN tumbuh dan berkembang dimasa yang akan datang. Bank Tabungan Negara Syariah juga sebagai pelengkap dari bisnis perbankan dimana secara konvensional tidak dapat terlayani.

4.1.3.1 Visi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare

“Menjadi Bank Syariah yang terdepan di Indonesia dalam pembiayaan perumahan dan industri ikutannya.”

4.1.3.2 Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare.

4.1.3.2.1 menyediakan produk dan jasa yang inovatif serta layanan unggul yang fokus pada pembiayaan perumahan dan industri ikutannya.

4.1.3.2.2 Mengembangkan human capital yang berkualitas dan memiliki integritas tinggi serta penerapan *Good Corporate Governance*.

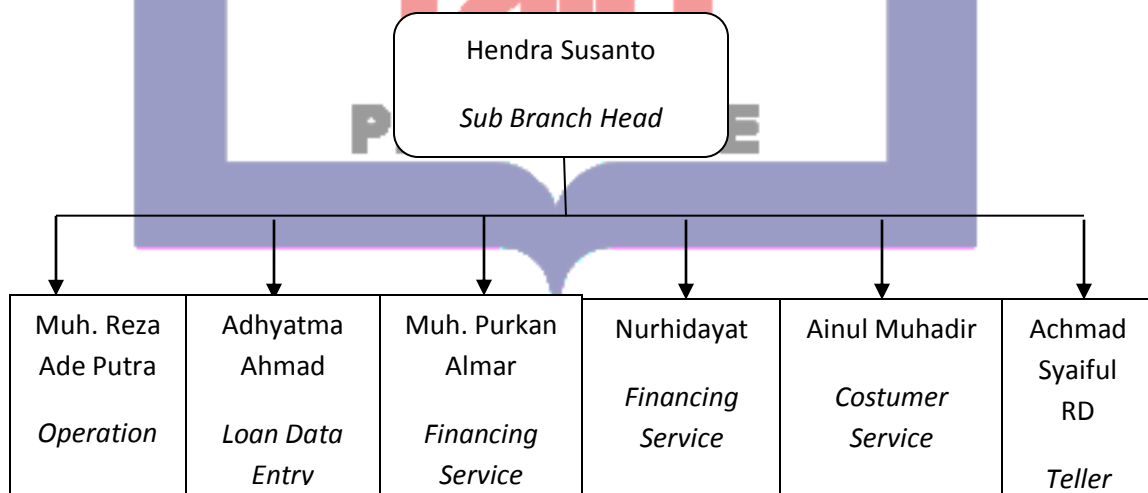
4.1.3.2.3 Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui teknologi informasi terkini.

4.1.3.2.4 Memedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

4.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat berupa gambaran tentang serangkaian kegiatan yang bertujuan agar setiap kelompok yang ada di dalamnya dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare adalah bentuk lini staf. Bentuk lini staf merupakan suatu bentuk struktur organisasi yang mana kekuasaan mengalir secara langsung dari Pimpinan PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare kemudian terus menuju ke karyawan-karyawan dibawahnya yang menjalankan semua fungsi bagian pengawasan dalam bagian masing-masing.



4.1.5 Job Desk PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare

4.1.5.1 *Sub Branch Head*

4.1.5.1.1 Memastikan operasional bank berjalan sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku.

4.1.5.1.2 Memastikan fungsi pelayanan yang dilakukan baik dalam mengelola pembukuan.

4.1.5.1.3 Mengelola transaksi, layanan dan aktivitas keuangan.

4.1.5.1.4 Menandatangani surat berharga sesuai batas kewenangan.

4.1.5.1.5 Menerima laporan harian dari stafnya dan memeriksa kesesuaiannya.

4.1.5.1.6 Menandatangani laporan harian dan laporan lainnya.

4.1.5.2 *Financing Service*

4.1.5.2.1 Menerima Permohonan pembiayaan dari nasabah.

4.1.5.2.2 Menerima Pelunasan pembiayaan.

4.1.5.2.3 Klaim nasabah pembiayaan.

4.1.5.3 *Loan Data Entry*

4.1.5.3.1 Bertanggung jawab terhadap input data calon Debitor di sistem dan kebenarannya

4.1.5.3.2 pencetakan dokumen pendukung dalam proses kredit dan dokumen kontrak sesuai standar produser yang telah ditetapkan bank.

4.1.5.3.3 Memeriksa kelengkapan data calon debitur.

4.1.5.4 *Operation*

4.1.5.4.1 Memperhatikan dan mencatat jumlah stok atau gudang yang tersedia

4.1.5.4.2 Membuat laporan operasional secara berkala.

- 4.1.5.4.3 Membuat laporan dokumen yang dibutuhkan.
- 4.1.5.4.4 Menerima dan memeriksa setiap berkas legal dokumen.
- 4.1.5.4.5 Membuat surat jalan atau dinas jika diperlukan.
- 4.1.5.4.6 Melengkapi setiap kebutuhan perusahaan, termasuk bagian material
- 4.1.5.4.7 Menekan pengeluaran setiap departemen dengan baik.
- 4.1.5.5 *Customer Service*
 - 4.1.5.5.1 Memberikan informasi produk bank.
 - 4.1.5.5.2 Melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah.
 - 4.1.5.5.3 Melayani segala bentuk complain dari nasabah.
 - 4.1.5.5.4 Melaksanakan tugas lainnya yang ditunjuk atasan.
- 4.1.5.6 *Teller Service*
 - 4.1.5.6.1 Mengatur dan mengendalikan kas harian.
 - 4.1.5.6.2 Melakukan pengawasan agar seluruh perangkat kerja teller berjalan dengan baik.
 - 4.1.5.6.3 Melayani semua jenis setoran.
 - 4.1.5.6.4 Melayani semua penarikan tunai.
 - 4.1.5.6.5 Mengelola dan menata kas.
 - 4.1.5.6.6 Melaksanakan proses penutupan kas pada akhir hari.
 - 4.1.5.6.7 Mengusahakan agar terminal komputer berikut perlengkapannya berjalan dengan baik.
 - 4.1.5.6.8 Mengambil keputusan untuk kasus-kasus bila terjadi perbedaan tanda tangan nasabah dengan buku contoh tanda tangan atau menyangkut data lain yang menyangkut nasabah.
- 4.1.6 Program yang Dilaksanakan

Program yang dilaksanakan pada Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare yaitu program penghimpunan dana dan program pembiayaan.

1. Program penghimpunan dana yang dilaksanakan

1.1 Tabungan Batara iB

Tabungan Batara iB merupakan produk simpanan dana yang berakad wadi'ah atau titipan, dimana bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah, selain dari itu nasabah juga dapat menerima bonus yang menarik yang sesuai dengan kebijakan bank, imbalan juga dapat dipotong untuk zakat, infaq dan shadaqah.

Adapun benefit atau manfaat dari program ini yaitu, yang pertama mendapatkan bonus yang menarik (sesuai kebijakan bank). Kedua, Imbalan dapat dipotong untuk zakat, infaq dan shadaqah. Ketiga, penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah yang menjadi Kantor Layanan Syariah di seluruh wilayah Indonesia.

Adapun yang menjadi pengamatan peneliti pada saat melaksanakan penelitian di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare yang menjadi syarat untuk menggunakan produk Batara iB ialah, untuk warga Negara Indonesia usia minimal 17 tahun dengan melampirkan KTP, SIM, Paspor dan NPWP, kartu pelajar, akta kelahiran dan surat pernyataan orang tua dan untuk warga Negara asing melampirkan password dan kartu identitas yang masih berlaku. Dalam penggunaan program Batara iB ini disyaratkan setoran awal minimal Rp.100.000, saldo mengendap minimal Rp.100.000 dan biaya administrasi maksimal Rp.5000 perbulan.

1.2 Tabungan Prima iB

Tabungan Prima iB merupakan produk simpanan dana berakad mudharabah mutlaqah atau investasi, bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah, imbalan juga dapat dipotong untuk zakat, infaq dan shadaqah.

Adapun benefit atau manfaat dari program ini yaitu, yang pertama mendapatkan bagi hasil yang kompetitif. Kedua, imbalan dapat dipotong untuk zakat, infaq dan shadaqah. Ketiga, penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah yang menjadi Kantor Layanan Syariah di seluruh wilayah Indonesia.

1.3 Deposito BTN iB

Deposito BTN iB merupakan produk investasi berjangka berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah atau investasi, sistem bagi hasil yang diberikan secara kompetitif dan jangka waktu yang sangat fleksibel sesuai dengan kebutuhan.

2. Program pembiayaan yang dilaksanakan

2.1 KPR BTN Subsidi iB

Program KPR subsidi ini diberikan kepada nasabah perorangan yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dengan menggunakan akad murabahah atau jual beli dalam rangka pemilikan rumah atau rusun yang merupakan program pemerintah.

Adapun benefit atau manfaat dari program ini yaitu, yang pertama prosesnya, yang mudah dan cepat. Kedua, angsuran ringan dan tetap sampai dengan lunas. Ketiga, asuransi jiwa dan kebakaran yang diberikan secara gratis.

Adapun fitur atau karakteristik dari program KPR BTN Bersubsidi iB ini yaitu, jangka waktu yang diberikan sampai dengan 20 tahun dengan syarat tidak melebihi sisa jangka waktu hak atas tanah minus 1 tahun (untuk SHGB). Maksimal pembiayaan 90 % harga rumah, dan agunan memiliki bukti kepemilikan berupa Hak Milik/Hak Guna Bangunan.

2.2 KPR BTN Platinum iB

Program KPR platinum ini diberikan kepada nasabah perorangan dengan penggunaan akad murabahah atau jual beli dalam rangka pemilikan rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen kondisi baru maupun *second*.

Adapun benefit atau manfaat dari program ini yaitu, yang pertama prosesnya, yang mudah dan cepat. Kedua, margin yang kompetitif. Ketiga, asuransi jiwa yang diberikan sesuai usia pemohon dan asuransi kebakaran yang diberikan sesuai dengan nilai operasional bangunan.

Adapun fitur atau karakteristik dari program KPR BTN Platinum iB ini yaitu, jangka waktu yang diberikan sampai dengan 20 tahun dengan syarat tidak melebihi sisa jangka waktu hak atas tanah minus 1 tahun (untuk SHGB). Terdapat pilihan angsuran fixed atau berjenjang, dan harga acuan yang digunakan adalah harga jual setelah dikurangi diskon atau harga pasar wajar (mana yang lebih rendah).

2.3 Pembiayaan Multimanfaat BTN iB

Pembiayaan Multimanfaat BTN iB ini diberikan bagi para pegawai yang masih aktif dimana produk ini digunakan untuk keperluan pembelian berbagai jenis barang elektronik atau furniture, dengan menggunakan akad murabahah atau jual beli.

Adapun benefit atau manfaat dari program ini yaitu, yang pertama dapat membeli kebutuhan barang elektronik atau furniture dengan segera. Kedua, proses yang mudah dan cepat. Ketiga, margin yang kompetitif. Keempat, dilindungi asuransi jiwa.

Adapun fitur atau karakteristik dari program pembiayaan Multimanfaat BTN iB, yaitu Angsuran *fixed*, jangka waktu sampai dengan 10 tahun, dan yang terakhir maksimal pembiayaan sampai dengan 100 % dari harga net barang.

4.1.7 Target atau sasaran

Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank, oleh karena itu, bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

Nasabah sendiri adalah seseorang ataupun perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank. Terkait mengenai hal tersebut, Nasabah adalah seluruh lapisan masyarakat yang menjadi sasaran atau target bank untuk dijadikan sebagai konsumen.

Berdasarkan dari program yang telah terlaksana pada Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare dan yang menjadi target atau sasarannya yaitu kepada pengusaha, PNS, karyawan swasta, polri dan TNI. Terkhusus kepada pemohon untuk produk pembiayaan KPR BTN Subsidi iB disyaratkan kepada masyarakat berpenghasilan rendah, dengan berpenghasilan dibawah 4 juta dan untuk pembiayaan KPR BTN Platinum iB program pembiayaan ini diberikan kepada masyarakat dengan kategori penghasilan menengah keatas,

dikarenakan program pembiayaan KPR BTN Platinum iB memiliki suku bunga yang lebih tinggi otomatis dari suku bunga yang tinggi maka angsuran yang diberikan oleh bank terhadap pemohon pasti lebih tinggi.

4.2 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah btnn wow! dan metode yang digunakan adalah metode *Kuesioner* atau angket dengan memberikan kuesioner atau angket kepada nasabah khususnya nasabah btnn wow!

Tabel 1
Sampel Nasabah

No	Nama	Alamat	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Muqasifah	Jen. Ahmad Yani	24	Perempuan	SMA	IRT
2	Jafar	Pare-Pare	34	Laki-Laki	S1	Karyawan
3	Muh. Nur	Pinrang	34	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
4	Subaedah	Pinrang	29	Perempuan	SMA	Wirausaha
5	Makmur Darwis	Pare-Pare	59	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
6	Acis Iskandar	Jl. Samsul Bahri	23	Laki-Laki	SMK	Notaris
7	Muliyani	Panreng	32	Perempuan	S1	PNS
8	Putri Rabwia	Jl. Opu DG Risaj	26	Perempuan	S1	Guru
9	Awlia	Jl. Kaksa Perumnas	26	Perempuan	S1	IRT
10	Yuliana	Jl. Kesuma	31	Perempuan	SMP	IRT
11	Kurniawan	Jl. A. Mappangara	37	Perempuan	SMA	IRT
12	Andi Agus S	Jl. A. Makassau	30	Laki-Laki	S1	Karyawan
13	Nur Husni T	Jl. DG. Impung	27	Perempuan	SMK	karyawan
14	Muh. Hendra S	Jl. Abdullah Jalil	22	Laki-Laki	SMA	Karyawan
15	Aggusalim Sutri	Jl. Muh Arsyad	26	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
16	Hendra	Pare-Pare	34	Laki-Laki	S1	Karyawan
17	Nawawi	Pare-Pare	34	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
18	Ernawati	Pare-Pare	27	Perempuan	SMA	Karyawan
19	Suarni	Pare-Pare	39	Perempuan	SMA	Wirausaha
20	Syarifuddin	Pinrang	29	Laki-Laki	S1	Karyawan
21	Suluani	Jl. Abu Bakar	28	Perempuan	SMA	Wirausaha
22	Eny Qadryani	BTN Lapadde Mas	29	Perempuan	S1	Karyawan
23	Lindahsari	Jl. Langsung	27	Perempuan	SMA	Karyawan

24	Andi Nurul I	Lapadde	27	Perempuan	S1	Karyawan
25	Anthy S.Pdi	Pinrang	27	Perempuan	S1	Karyawan
26	Titi Sugiarti	Perum. Griya P	29	Perempuan	SMA	Karyawan
27	Indira Ayu P	Jl. Lasinrang	29	Perempuan	SMA	Karyawan
28	Kannisa Bira	BTN Lapadde Mas	35	Perempuan	SMA	Wirausaha
29	Sari Bulan	Jl. M. Tasi	42	Perempuan	SMK	IRT
30	Salehati	Silopo	27	Perempuan	S1	PNS
31	Risnasari	Pare-Pare	27	Perempuan	S1	Karyawan
32	Hariana	Polewali	34	Perempuan	S1	Karyawan
33	Sarina	Pare-Pare	27	Perempuan	SMA	Wirausaha
34	Indah Yanti	Pare-Pare	23	Perempuan	S1	Karyawan
35	Ruhati	Pinrang	27	Perempuan	S1	Karyawan
36	A. Siti Khadija	Jl. Bau Masepe	32	Perempuan	S1	Karyawan
37	Nadila	BTN Sekkang Mas	21	Perempuan	SMA	Wirausaha
38	Abu Bakar	Pare-Pare	40	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
39	Ibrahim	Sidrap	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
40	Rapiuddin	Pinrang	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
41	Rahmat Hamci	Polmas	32	Laki-Laki	S1	PNS
42	M. Ishandi	Jl. Panorama Timur	31	Laki-Laki	S1	Karyawan
43	Aswar S.sy	Pinrang	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
44	Syahrul	Pare-Pare	30	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
45	Irwansyah	Pinrang	27	Laki-Laki	SMA	Karyawan
46	Adham Malik	Pinrang	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
47	Muh. Saleh	Pinrang	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
48	Ronny Saputra	Jl. Abd. Rasyid	42	Laki-Laki	S1	Karyawan
49	Ihsan	Pinrang	27	Laki-Laki	S1	Wirausaha
50	Darmiati	Pare-Pare	39	Perempuan	SMA	Wirausaha
51	Alibaba	Jl. Arung Tarumpun	27	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
52	Nurhidayat Arifa	Jl. Cendrawasih	23	Laki-Laki	S1	Karyawan
53	Sutaji	Jl. Abd. Rasyid	35	Laki-Laki	S1	Karyawan
54	Mujahidin	Btn Grand Sulawesi	30	Laki-Laki	S1	Dosen Swasta
55	Sisyaman Waris	JL. Maessang Bau M	25	Laki-Laki	S1	Karyawan
56	Andi Rezwan P	Jl. Gelora Mandiri	22	Laki-Laki	SMA	Karyawan
57	Muh. Kausar T	Pare-Pare	27	Laki-Laki	D3	Honorar
58	Adham Ashary	Jl. Pelita Tenggara	27	Laki-Laki	SMK	Karyawan
59	Kaharuddin	Jl. H. Aggusalim	27	Laki-Laki	S2	Karyawan
60	Reang Hidayat	Pinrang	21	Laki-Laki	SMK	Karyawan
61	Abdul Rahman	Jl. Kejayaan	47	Laki-Laki	SMA	Wirausaha

62	Adly Zulfadly A	Jl. Lisiming	27	Laki-Laki	D3	Karyawan
63	Muh. Ardiansyah	Jl. Poros Soppeng	21	Laki-Laki	SMK	Karyawan
64	Andri	Jl. Abd Djalil	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
65	Abd. Rahman	Sidrap	45	Laki-Laki	S1	PNS
66	Hariato	Pinrang	43	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
67	Mustafa	Pare-Pare	34	Laki-Laki	S1	Karyawan
68	Bambang	Polewali	32	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
69	Hendra Susanto	Jl. Dr. Wahidin	25	Laki-Laki	S1	Karyawan
70	Basir	Polewali	30	Laki-Laki	SMA	Wirausaha
71	Jumriadi	Jl. Bau Masepe	27	Laki-Laki	SMA	Karyawan
72	Dian Novianti S.E	Baranti	22	Perempuan	S1	Wirausaha
73	Iqbal	Pinrang	23	Laki-Laki	SMA	Karyawan
74	Anugrah	Pinrang	23	Laki-Laki	S1	Karyawan
75	Citra	Pinrang	23	Perempuan	S1	Karyawan
76	Hidayat	Makassar	25	Laki-Laki	S1	Karyawan
77	Muh. Taufik	Pare-Pare	27	Laki-Laki	S1	Karyawan
78	Harlina Asbar	Pare-Pare	25	Perempuan	SMA	Karyawan
79	Fitri Handayani	Pare-Pare	22	Perempuan	S1	Karyawan
80	Hasmawati	Lingk 2 Baranti	31	Perempuan	D3	Perawat

4.2.1 Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-respon tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut :

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	58.8	58.8	58.8
	Perempuan	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel 2, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah nasabah laki-laki yaitu sebesar 47 responden 58.8%.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	5	6.3	6.3	6.3
	WIRSAUSAHA	22	27.5	27.5	33.8
	KARYAWAN	45	56.3	56.3	90.0
	PNS	4	5.0	5.0	95.0
	NOTARIS	1	1.3	1.3	96.3
	DOSEN	2	2.5	2.5	98.8
	PERAWAT	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel 3, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah karyawan yaitu sebesar 45 responden atau 56.3%.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	51	63.8	63.8	63.8
	31-40	23	28.8	28.8	92.5
	41-59	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel 4, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah berusia di antara 20-30 tahun, yaitu sebesar 51 responden atau 63.8%.

4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan_Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	1	1.3	1.3	1.3
	SMA	30	37.5	37.5	38.8
	SMK	6	7.5	7.5	46.3
	D3	3	3.8	3.8	50.0
	S1	39	48.8	48.8	98.8
	S2	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel 5, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah yang berpendidikan terakhir antara S1, yaitu sebesar 39 responden atau 48.8%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah (X1)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X1 mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah hasil perhitungannya dari 80 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1845 untuk variabel X1 yaitu (Kualitas Layanan).

4.3.2 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Produk terhadap Kepuasan Nasabah (X2)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X2 mengenai Produk terhadap kepuasan nasabah hasil perhitungannya dari 80 responden berdasarkan

kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1830 untuk variabel X2 (Produk).

4.3.3 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kepuasan Nasabah (Y)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai minat menabung terhadap kualitas layanan dan produk hasil perhitungannya dari 80 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1827 untuk variabel Y (Kepuasan Nasabah).

4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Uji validitas digunakan untuk melihat ketetapan dan kecermatan dari sebuah instrument penelitian dalam fungsi ukurnya mengukur item-item pernyataan yang digunakan dalam bentuk pernyataan untuk memperoleh data dinyatakan valid.

Corrected item total correlation merupakan korelasi antar skor total item, sehingga interpretasinya dengan mengkonsultasikan nilai kritis r-tabel, jika r hitung > nilai kritis r- table *product moment* maka instrument dinyatakan valid atau dapat dikatakan bahwa item pernyataan dari cerminan setiap variable dalam penelitian ini keberadaannya pada instrument penelitian dinyatakan valid (sah).

Tabel 6 Hasil uji validitas

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Skor jawaban X1	23.06	2.235	80
Skor jawaban X2	22.88	2.230	80
Skor jawaban Y	22.84	2.394	80
Total jawaban	68.78	5.855	80

Correlations					
		Skor jawaban X1	Skor jawaban X2	Skor jawaban Y	Total jawaban
Skor jawaban X1	Pearson Correlation	1	.418**	.808**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Skor jawaban X2	Pearson Correlation	.418**	1	.539**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
Skor jawaban Y	Pearson Correlation	.808**	.539**	1	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Total jawaban	Pearson Correlation	.872**	.761**	.923**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak valid

Tabel 6 *descriptive statistics* di atas dapat dianalisis bahwa yang menjadi sampel ada 80 orang. Rata-rata jawaban skor pernyataan X1 sebesar 23.06; pernyataan X2 sebesar 22.88; pernyataan Y sebesar 22.84.

Hasil uji validitas dari ketlima butir pernyataan variable kualitas layanan diperoleh *Corrected Item total correlation* r_{hitung} (0.872) > r_{table} (0,219). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)²⁸

²⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 87.

Hasil uji validitas dari kelima butir pernyataan variable produk diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.761) > r table (0,219). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

Hasil uji validitas dari ketujuh butir pernyataan variable kepuasan nasabah diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.923) > r table (0.219). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable minat menabung yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian adalah dengan menggunakan *alpha cronbach* yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika r hitung > nilai Kritis r tabel product moment maka data penelitian dianggap reliabel atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variable yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7

Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $\alpha > r \text{ tabel}$ = konsisten (handal)

Jika $\alpha < r \text{ tabel}$ = tidak konsisten

data pada tabel 7 menunjukkan hasil analisis uji reliabilitas, dimana nilai Cronbach's alpha (rhitung) dari 15 pernyataan. Dimana nilai r hitung (0,847) > r tabel (0.219). Hal ini berarti setiap pernyataan dari variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable atau dapat dikatakan bahwa instrument penelitian yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah.

Selanjutnya nilai cronbach alpha dari keseluruhan butir pernyataan dalam instrument penelitian diperoleh sebesar 0.847 yang menunjukkan tingkat konsistensi (kehandalan) dari instrument penelitian yang digunakan adalah sebesar 84.7 %. Artinya apabila kuisioner dalam penelitian ini akan digunakan secara berulang-ulang pada populasi akan memberikan nilai objektivitas, stabilitas, akurasi dan konsistensi yang tinggi untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah.

4.5 Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi yang digunakan memiliki residual yang terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila didapatkan residual yang tidak tersebar secara normal pada suatu regresi, maka akan menghasilkan regresi yang tidak baik atau tidak konsisten dan efisien. Adapun hasil pengujian grafis normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada grafik berikut :

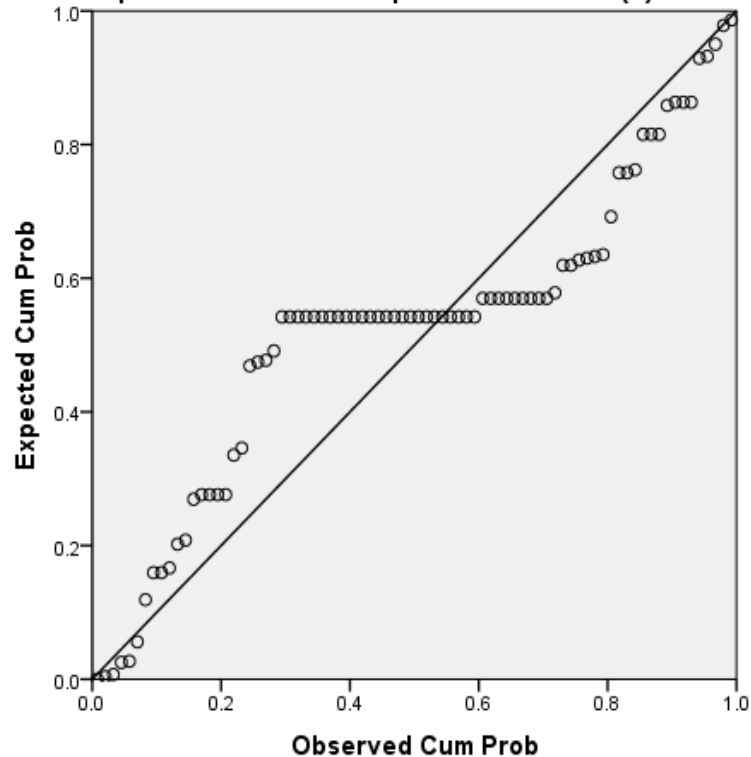
Dasar pengambilan keputusan Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

Grafik 1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Grafik 1 menunjukkan bahwa sebaran titik berada jauh dari sepanjang garis diagonal dan tidak mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil model regresi yang digunakan memiliki residual yang terdistribusi secara tidak normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Keberadaan multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil regresi penelitian, sehingga tidak menghasilkan parameter yang efisien dan efektif yang akan membuat kesalahan dalam parameter yang dihasilkan. Regresi dikatakan baik jika regresi tidak memiliki Multikolinearitas didalamnya sehingga tidak ada gangguan yang diharapkan akan terjadi pada regresi tersebut.

Dasar pengambilan keputusan, keberadaan Multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF (Variance Inflation Factors) atau nilai toleransinya, yakni apabila nilai

Tolerance > 0,10 = Tidak terjadi Multikolinearitas

Tolerance < 0,10 = Terjadi Multikolinearitas atau

VIF < 10,00 = Tidak terjadi Multikolinearitas

VIF > 10,00 = Terjadi Multikolinearitas

Adapun hasil perhitungan nilai VIF atau toleransi yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardized			Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.604	1.824		-.331	.741		
	Kualitas Layanan (X1)	.757	.073	.707	10.328	.000	.825	1.212
	Kualitas Produk (X2)	.262	.073	.244	3.562	.001	.825	1.212

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil uji Multikolinearitas pada tabel 8 menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa indikasi keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan tidak terbukti atau tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan yang dilakukan atau hubungan yang terjadi antar variable bebas (Kualitas layanan, dan Produk) dapat ditoleransi sehingga tidak akan mengganggu hasil regresi.

4.6 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa regresi berganda yang distimasi telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganalisis pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah. Pengujian terhadap regresi yang diperoleh dilakukan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji-F dan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji- t. untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut.

Pada analisa data diperlukan suatu persamaan garis berdasarkan suatu rumus matematika yang menunjukkan hubungan antara variable independen atau yang mempengaruhi dengan variable dependen atau variable yang dipengaruhi. Variabel yang mempengaruhi disebut variable X_1 dan X_2 dan variable yang dipengaruhi disebut variable Y.

Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh antara variable-variabel tersebut dalam penelitian ini digunakan alat regresi. Regresi menunjukkan hubungan antara variable-variabel yang satu dengan variable yang lain dimana variable yang satu mempengaruhi variable yang lain. Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan.

Teknik ini digunakan untuk pengujian terhadap ada tidaknya pengaruh atau hubungan antara variable dalam penelitian ini.

Model regresi yang dikembangkan adalah

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y :Minat Menabung (variabel dependen atau nilai yang diprediksikan)

a :Konstanta (nilai yang tidak berubah)

X₁ :Kualitas layanan (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

X₂ :Produk (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah, digunakan regresi linear. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program computer IBM SPSS Statistics 23 maka didapatkan hasil regresi berganda sebagai berikut:

Tabel
Hasil Perhitungan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.604	1.824		-.331	.741		
Kualitas Layanan (X1)	.757	.073	.707	10.328	.000	.825	1.212
Kualitas Produk (X2)	.262	.073	.244	3.562	.001	.825	1.212

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = -0.604 + 0,757x_1 + 0,262x_2$$

Keterangan:

Y =Kepuasan Nasabah

a =Konstanta

β_1, β_2 =Koefisien regresi

X_1 =Kualitas Layanan

X_2 =Produk

Dari persamaan diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

4.6.1.1 Nilai Konstanta (a)

Konstanta sebesar -0.604 berarti kepuasan nasabah sebesar -0.604 poin apabila variabel kualitas layanan dan produk dengan nol atau tidak ada.

4.6.1.2 Kualitas Layanan

Koefisien Regresi X_1 (β_1) sebesar 0,757 merupakan penaksir parameter variabel kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai ini menunjukkan apabila kualitas layanan terhadap kepuasan meningkat 1 point, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,757 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

4.6.1.3 Kualitas Produk KPR

Koefisien Regresi X_2 (β_2) sebesar 0,262 merupakan penaksir parameter variabel produk terhadap kepuasan nasabah. Nilai ini menunjukkan apabila produk terhadap kepuasan nasabah meningkat 1 point, maka kepuasan akan meningkat

sebesar 0,262 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

Hasil regresi di atas perlu diuji untuk mengetahui baik tidaknya model yang digunakan dalam penelitian. Kemudian untuk mengetahui signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan pengujian-pengujian yaitu :

4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah suatu tes statistik yang memungkinkan kita membandingkan dua skor rata-rata, untuk menentukan probabilitas (peluang) bahwa perbedaan antara dua skor rata-rata merupakan perbedaan yang nyata bukan perbedaan yang terjadi secara kebetulan. pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen (Y).

$H_0 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y

$H_1 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

P-Value $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Atau

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 diterima

P-Value $> 0,05$ maka H_0 diterima

H_0 =Kualitas layanan dan produk tidak mempengaruhi Kepuasan Nasabah

H_1 =Kualitas layanan mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

Tabel 10 Pengujian secara parsial (uji-t)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.604	1.824		-.331	.741		
	Kualitas Layanan (X1)	.757	.073	.707	10.328	.000	.825	1.212
	Produk (X2)	.262	.073	.244	3.562	.001	.825	1.212

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} Kualitas layanan (X1) sebesar 10.328 dengan signifikansi sebesar 0.000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.991, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10.328 > 1.991$, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} Produk (X2) sebesar 3.562 dengan signifikansi sebesar 0.001 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.991, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.562 > 1.991$, artinya Produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.

4.6.3 Pengujian Hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

P-Value < 0,05 maka H₁ diterima

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H₁ diterima

atau

P-Value > 0,05 maka H₀ diterima

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H₀ diterima

H0 =Strategi Pemasaran tidak mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

H1 =Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

Tabel 11
Pengujian secara simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	318.212	2	159.106	90.968	.000 ^b
Residual	134.675	77	1.749		
Total	452.888	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1)

Dari tabel 11 perhitungan uji statistik yang dilakukan maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 90.968 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.11 artinya secara simultan (bersama-sama) kualitas layanan dan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Karena $P\text{-Value} < 0,05$ maka H0 ditolak atau dengan kata lain koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y secara bersama sama sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dapat dipakai atau digunakan untuk memprediksi minat menabung.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen.

Tabel 12
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838 ^a	.703	.695	1.323	2.178

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan analisis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,703 artinya bahwa 70,3% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor Kualitas layanan dan Produk. Sedangkan sisanya 29.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.6.5 Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X1 dan X2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin tinggi, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = tinggi

0,80 – 1,000 = sangat tinggi

Tabel 13
Hasil Pengujian Korelasi ganda R

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838 ^a	.703	.695	1.323	2.178

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi angka R sebesar 0,838. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat tinggi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

4.7 Pembahasan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan variable kualitas layanan dan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variable kualitas layanan secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan hasil pengujian parsial variable produk menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan. Adapun pembahasan mengenai pengaruh variable kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah, akan diuraikan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Layanan adalah jenis jasa yang dimanfaatkan oleh nasabah yang diberikan oleh karyawan untuk memenuhi kebutuhan nasabah khususnya pada saat bertransaksi sehingga dapat dikatakan sebagai layanan yang baik kepada nasabah.

Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini

mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah. Artinya kualitas layanan ini sangat mempengaruhi kepuasan nasabah atau dengan kata lain, jika kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variable kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dibuktikan dengan nilai (sig) = 0,000 lebih kecil dari probability yakni 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b_1 = 0,757$ atau 75,7%.

4.7.2 Produk Terhadap kepuasan nasabah

Produk KPR adalah produk kredit perumahan rakyat yang menawarkan berbagai macam keuntungan untuk nasabah yang mengajukan KPR. Produk KPR untuk jenis hunian seperti rumah, apartemen, ruko dan lain sebagainya. Produk KPR ini menggunakan jenis akad Mudharabah atau jual beli. Pihak bank sebagai pemberi dana pembiayaan akan membeli properti yang di inginkan oleh nasabah. Kemudian nasabah selanjutnya akan membayar cicilan kepada pihak bank BTN Syariah dengan margin yang telah di sepakati di awal.

Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variable Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara Produk dengan kepuasan nasabah. Artinya produk yang diberikan kepada nasabah sangat berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variable Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dibuktikan dengan

nilai (sig) = 0,001 lebih kecil dari probability yakni 0,05 atau $0,001 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b_1 = 0,262$ atau 26,2%.

Sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya mengenai kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan dan produk serta untuk mengetahui variable yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah BTN Syariah sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan karyawan bank apa yang diharapkan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan atau yang dibutuhkan oleh nasabah. Seperti salah satu hal yang diungkapkan oleh beberapa nasabah pada saat nasabah ingin melakukan transaksi melalui karyawan Bank BTN Syariah mereka melayani nasabah dengan cepat dan ramah dalam melayani transaksi nasabah dan segala informasi yang dibutuhkan nasabah mengenai produk KPR sangat mudah dimengerti karena di jelaskan sangat rinci yang mudah dipahami nasabah tersebut. Jadi kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan . Harapannya dengan penelitian ini agar lebih diperhatikan kualitas layanan yang diberikan untu nasabah maupun calon nasabah.

Hasil ini dapat dianggap merupakan alasan paling mendasar bagi responden tersebut pada saat bertransaksi. Bahkan responden mengatakan bahwa layanan karyawan BTN Syariah sangat responsif yang sangat cepat dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Dari sisi frekuensinya antara kualitas layanan dan produk yang berpengaruh dominan terhadap minat menabung ialah kualitas layanan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Dari hasil perhitungan regresi linear, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan yakni variabel X_1 sebesar 0.757 terhadap kepuasan nasabah dalam hal ini dimana variabel Y (kepuasan nasabah) berpengaruh signifikan positif. Hal ini membuktikan kualitas layanan yang diterapkan pada masing-masing karyawan BTN Syariah dapat menciptakan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula rasa kepuasan nasabah pada perusahaan tersebut.
- 5.1.2 Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel X_2 (Produk) sebesar 0,262 berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Y (Kepuasan nasabah). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk KPR terhadap kepuasan nasabah bukan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah untuk menabung, dan belum mampu meningkatkan rasa kepuasan nasabah.
- 5.1.3 Faktor yang lebih dominan diantara kualitas layanan dan produk dari hasil penelitian ini adalah Kualitas layanan yang sangat berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil penelitian ini mengenai kualitas layanan dan produk terhadap tingkat kepuasan nasabah. Maka sebagai saran untuk pihak perbankan (PT. Bank Tabungan Negara) layanan terhadap nasabah dapat dipertahankan untuk jangka waktu yang panjang. Layanan terutama pada saat bertransaksi serta yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Karena mengingat banyaknya pesaing-pesaing di dunia perbankan yang dapat menarik perhatian nasabah. Memberikan layanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya.

Agar nasabah merasa puas menabung dan menggunakan produk Bank BTN Syariah, kualitas layanan yang diberikan kepada calon nasabah maupun nasabah harusnya memenuhi faktor-faktor pendukung mutu layanan yang ada, serta memenuhi ciri-ciri layanan yang baik agar hubungan nasabah dengan karyawan maupun agen-agen terjaga dengan baik serta nama baik perusahaan tetap terjaga dikalangan masyarakat. Serta produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah yang berinovasi dan bervariasi serta mempermudah nasabah untuk menjangkaunya.

PT. Bank Tabungan Negara Syariah harus benar-benar menjaga kualitas layanan dan produk dan selalu meningkatkan strategi promosi yang tepat untuk dapat lebih banyak lagi menarik rasa kepuasan nasabah. Yang menggunakan Layanan dan Produk di PT. Bank Tabungan Negara Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Frederich Reichheld. Hermawan, Kartajaya 2007. *Markolus On Marketing The Second Gener & Ion*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Badryani, *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Ekonomi Islam)*, (Suatu Tinjauan Penelitian), (STAIN Parepare, Skripsi 2014)

Barnes, 2000. *Secret Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.

Gerson, 2001. *Mengukur Kepuasan Pelanggan, Panduan Menciptakan pelanggan Bermutu*. Jakarta: PPM.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.

Irawan, 2004. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.

Kasmi. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.

Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UUP) AMPYKPN. Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 113

Muslehuddin, Muhammad. 2004. *Sistem Perbankan Dalam Islam*,. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Mankiw, N.G., 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Selemba Empat.

siregar, Syofian. 2013. *metode penelitian kuantitatif: dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: kencana prenamedia group.

Soemitra, Andi. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2010. *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.

Siswanto, 2014. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tjipton, Fndy. 2000. *Costumer loyalty*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2002. *statistika untuk penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Umar, Hisein., 2000, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Wirdyaningsi. 2005. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. cet: II, jakarta.

¹Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998*.

¹Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 87.

Referensi Internet

Safitri, Junaidi. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*. http://digilib.uin-suka.ac.id/14711/1/12_2_0311099_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf (24 April 2017)



LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8 Soreang Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
Po Box : 909 Parepare 91100 Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 703 /In.39/PP.00.9/07/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Daerah KOTA PAREPARE

Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama	: ASWAN . A
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 23 Maret 1996
NIM	: 14.2300.092
Jurusan / Program Studi	: Syari'ah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: TUNCUNG, PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

" PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Juli** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

5 Juli 2018

A.n Rektor

Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421) 26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id, Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 9 Juli 2018

Nomor : 050 / 597 / Bappeda
Lampiran : --
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Pimpinan Bank BTN Syariah KCPS Parepare
Di -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 703/In.39/PP.00.9/07/2018 tanggal 5 Juli 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada prinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

Nama : ASWAN. A
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang / 23 Maret 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Tuncung, Kec. Lembang, Kab. Pinrang

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH BANK TABUNGAN NEGARA KCPS PAREPARE"

Selama : Tmt. Juli s.d Agustus 2018
Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare
3. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
4. Saudara ASWAN. A
5. Arsip.

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Sub Branc Manager BTN Syariah KCPS Parepare menerangkan bahwa :

Nama : Aswan. A

Nim : 14.2300.092

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara KCPS Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Bank BTN Syariah KCPS Parepare pada tanggal 10 Juli 2018 s.d tanggal 10 Agustus 2018

Surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya

Parepare 22 Agustus 2018



Hendra Susanto

Sub Branch Manager

KUESIONER/ANGKET

Judul Penelitian

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK KPR TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK TABUNGAN NEGARA KCPS
PAREPARE

I. PENGANTAR

Bersama ini saya sampaikan daftar pernyataan kepada Bapak/Ibu/ Saudara/i dengan permohonan agar berkenang kiranya meluangkan waktu untuk mengisinya. Pertanyaan dalam daftar ini berkenaan dengan tanggapan anda terhadap pengaruh kualitas layanan dan produk KPR terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara KCPS Parepare sebagai penelitian skripsi saya, Aswan. A Mahasiswa IAIN Parepare Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner berikut ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama responden :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan berikut ini adalah tentang Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! dan pengaruhnya terhadap minat menabung pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kcp parepare. Jawaban Bapak/Ibu cukup dengan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom 3 sesuai dengan pendapat atas pernyataan kolom 2.

Di beri Skor 5 Sangat Setuju = (SS)

Di beri Skor 4 Setuju = (S)

Di beri Skor 3 Netral = (N)

Di beri Skor 2 Tidak Setuju = (TS)

Di beri Skor 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X1)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Bank BTN KCPS Parepare mempunyai fasilitas sarana dan pelayanan pendukung yang memadahi					
2	Karyawan Bank BTN KCPS Parepare memberikan layanan kepada nasabah seperti yang di janjikan					
3	Karyawan Bank BTN KCPS Parepare bertanggung jawab atas layanan yang telah ditetapkan					
4	Karyawan Bank BTN KCPS Parepare memberikan rasa aman dalam bertransaksi.					
5	Karyawan Bank BTN KCPS Parepare mampu menunjukkan sikap keramahan kepada setiap nasabah					
VARIABEL PRODUK KPR (X2)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya produk KPR BTN Syariah menetapkan harga yang terjangkau					
2	Menurut saya harga Produk KPR BTN Syariah lebih murah dibanding perumahan lain					
3	Produk KPR BTN Syariah memudahkan saya dalam mewujudkan impian memiliki rumah					
4	Saya memutuskan mengamil produk KPR BTN Syariah karena sebagai investasi masa depan					

5	Menurut saya lingkup perumahan yang moderen					
VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas dengan layanan yang cepat dan tepat yang di berikan Bank BTN KCPS Parepare					
2	Saya merasa puas dengan kemampuan yang di miliki karyawan Bank BTN KCPS Parepare dalam melayani nasabah					
3	Saya merasa puas dengan kesopanan dan keramahan yang dimiliki karyawan Bank BTN Syariah KCPS Parepare					
4	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan oleh Bank BTN KCPS Parepare					
5	Saya merasa puas menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak Bank BTN KCPS Parepare					



HASIL SPSS DESKRIPTIF FREKUENSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan_Terakhir Pekerjaan
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created		19-JUL-2019 07:49:20
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	80
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	.	FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan_Terakhir Pekerjaan /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet0]

Statistics					
		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan_Terakhir	Pekerjaan
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	58.8	58.8
	Perempuan	33	41.3	100.0
	Total	80	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	51	63.8	63.8	63.8
	31-40	23	28.8	28.8	92.5
	41-59	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Pendidikan_Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	1	1.3	1.3	1.3
	SMA	30	37.5	37.5	38.8
	SMK	6	7.5	7.5	46.3
	D3	3	3.8	3.8	50.0
	S1	39	48.8	48.8	98.8
	S2	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	5	6.3	6.3	6.3
	WIRUSAHA	22	27.5	27.5	33.8
	KARYAWAN	45	56.3	56.3	90.0
	PNS	4	5.0	5.0	95.0
	NOTARIS	1	1.3	1.3	96.3
	DOSEN	2	2.5	2.5	98.8
	PERAWAT	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 Y Total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		19-JUL-2019 06:13:39
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	80
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1 X2 Y Total /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00 00:00.03
	Elapsed Time	00 00:00.08

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Skor jawaban X1	23.06	2.235	80
Skor jawaban X1	22.88	2.230	80
Skor jawaban Y	22.84	2.394	80
Total jawaban	68.78	5.855	80

Correlations

		Skor jawaban X1	Skor jawaban X1	Skor jawaban Y	Total jawaban
Skor jawaban X1	Pearson Correlation	1	.418**	.808**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Skor jawaban	Pearson Correlation	.418**	1	.539**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

X1	N	80	80	80	80
Skor	Pearson Correlation	.808**	.539**	1	.923**
jawaban	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
Y	N	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.872**	.761**	.923**	1
jawaban	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1 X2 Y Total
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA DAN UJI ASUMSI KLASIK

```
REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .
```

Regression

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Nasabah (Y)	22.84	2.394	80
Kualitas Layanan (X1)	23.0825	2.23518	80
Kualitas Produk (X2)	22.88	2.230	80

Correlations				
		Kepuasan Nasabah (Y)	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Produk (X2)
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah (Y)	1.000	.808	.539
	Kualitas Layanan (X1)	.808	1.000	.418
	Kualitas Produk (X2)	.539	.418	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah (Y)		.000	.000
	Kualitas Layanan (X1)	.000		.000
	Kualitas Produk (X2)	.000	.000	
N	Kepuasan Nasabah (Y)	80	80	80
	Kualitas Layanan (X1)	80	80	80
	Kualitas Produk (X2)	80	80	80

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838 ^a	.703	.695	1.323	2.178

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	318.212	2	159.106	90.968	.000 ^b

Residual	134.675	77	1.749		
Total	452.888	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X1)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.604	1.824		-.331	.741		
	Kualitas Layanan (X1)	.757	.073	.707	10.328	.000	.825	1.212
	Kualitas Produk (X2)	.262	.073	.244	3.562	.001	.825	1.212

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

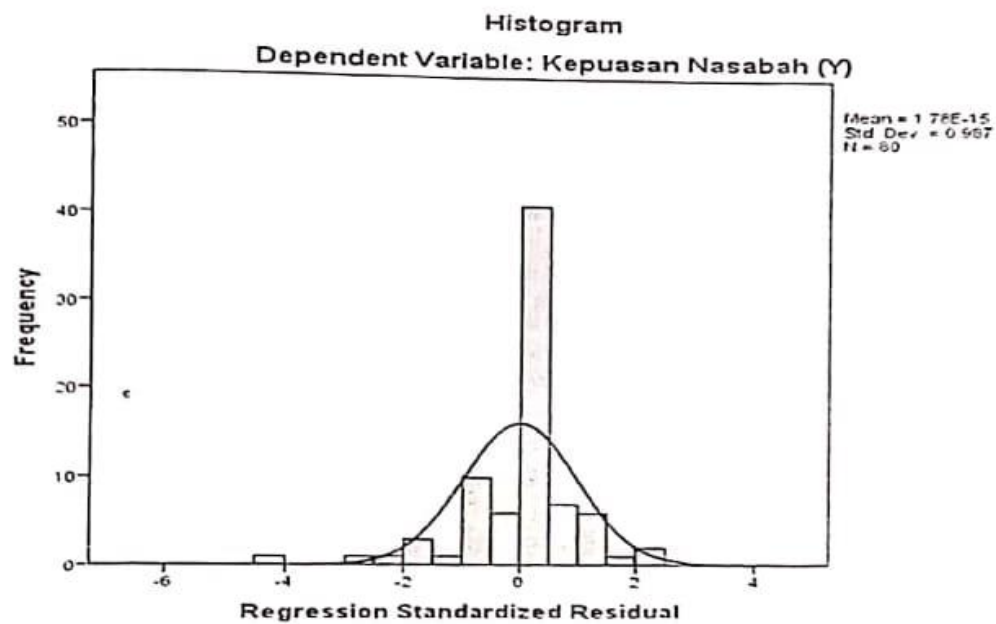
Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Produk (X2)
1	1	2.990	1.000	.00	.00	.00
	2	.005	23.578	.00	.68	.74
	3	.004	26.121	1.00	.32	.26

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

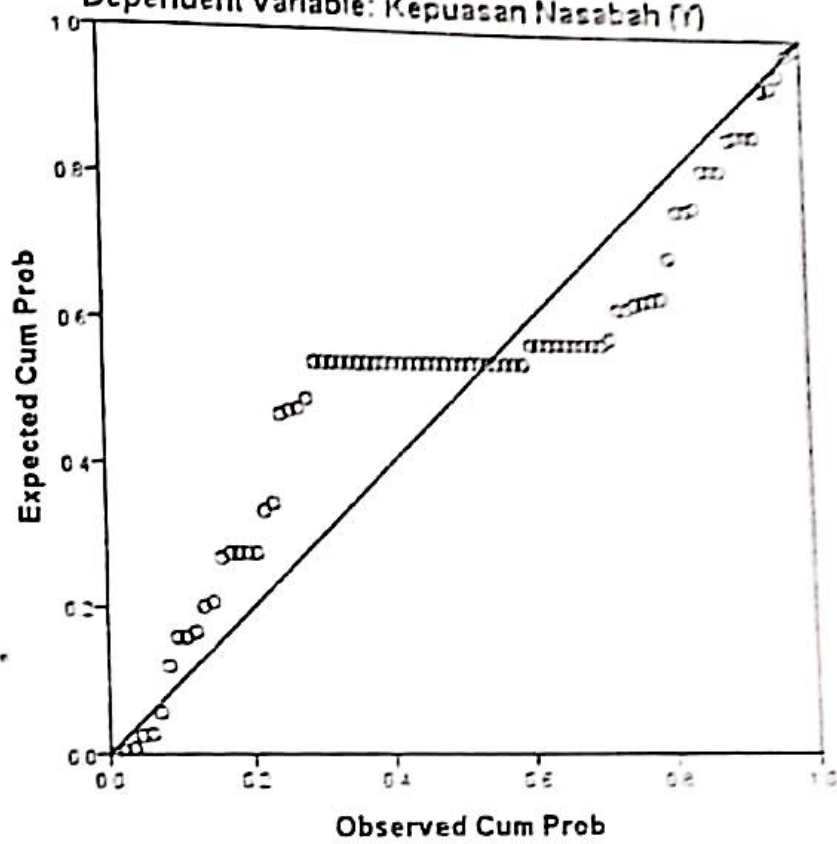
Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.25	24.86	22.84	2.007	80
Std. Predicted Value	-2.284	1.008	.000	1.000	80
Standard Error of Predicted Value	.148	.482	.249	.061	80
Adjusted Predicted Value	18.53	25.02	22.84	2.005	80
Residual	-5.860	2.924	.000	1.306	80
Std. Residual	-4.431	2.211	.000	.987	80
Stud. Residual	-4.493	2.295	.000	1.009	80
Deleted Residual	-6.025	3.151	-.001	1.365	80
Stud. Deleted Residual	-5.196	2.353	-.012	1.064	80
Mahal. Distance	.006	9.505	1.975	1.616	80
Cook's Distance	.000	.189	.015	.039	80

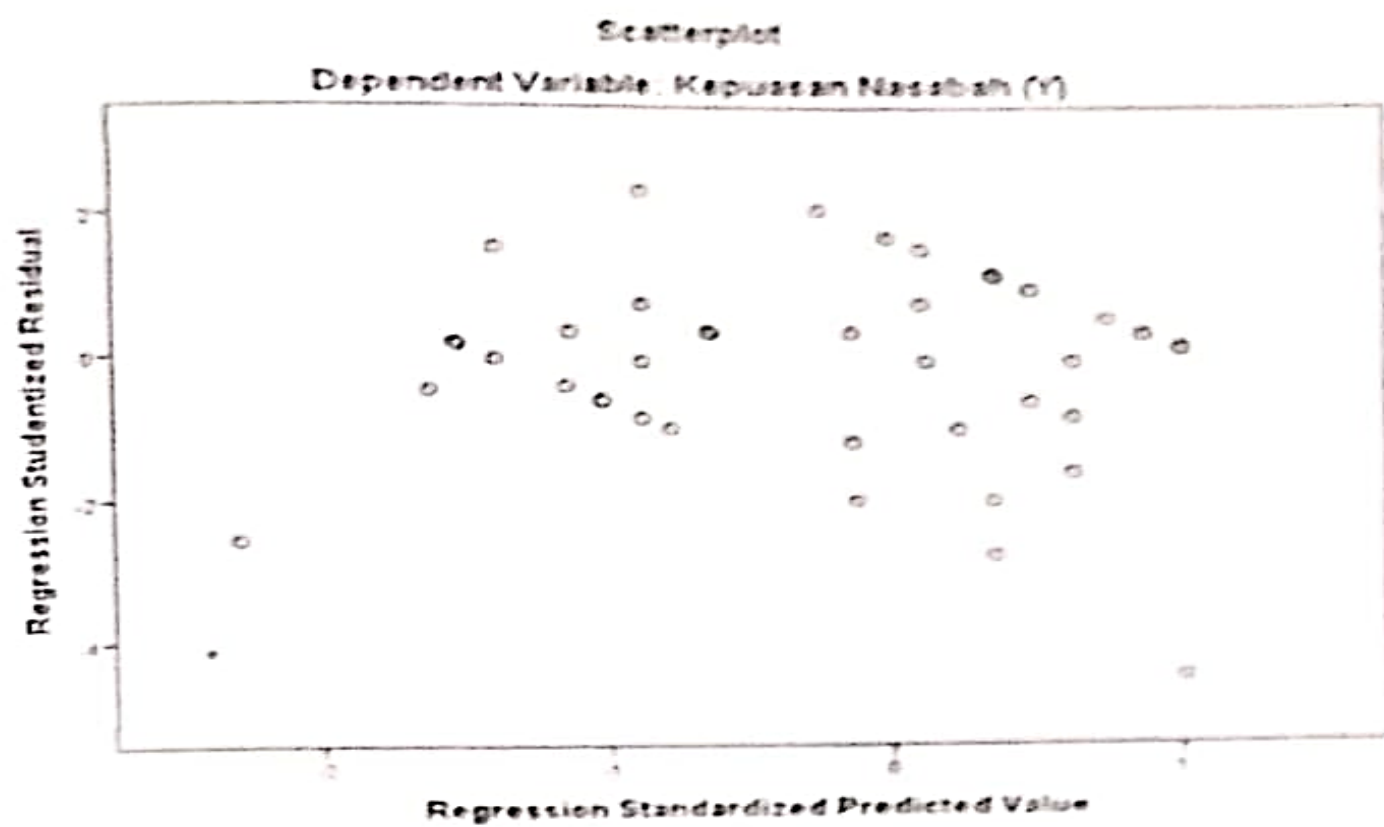


Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (r)







Riwayat Hidup Penulis

Nama Lengkap Aswan A. Atau sering disapa Aswan Brantakan lahir di Pinrang, tanggal 23 Maret 1996. Berdomisili di Pajalele Kec Lembang Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan Anak ke-2 dari 8 Bersaudara dari pasangan Ayahanda Ali Mani dan Ibu Narti. Penulis Berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam

Adapun riwayat pendidikan penulis, memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar Negeri (SDN) 250 Kec. Wt. Sawitto Kab. Pinrang. Kemudian melanjutkan Sekolah di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Lembang. Selanjutnya melanjutkan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Pinrang, Jurusan Perkantoran. Melanjutkan pendidikan di bangku perkuliahan di STAIN Parepare yang beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah dan terdaftar sebagai Mahasiswa pada tahun 2014 serta menyelesaikan pendidikan pada tahun 2019.

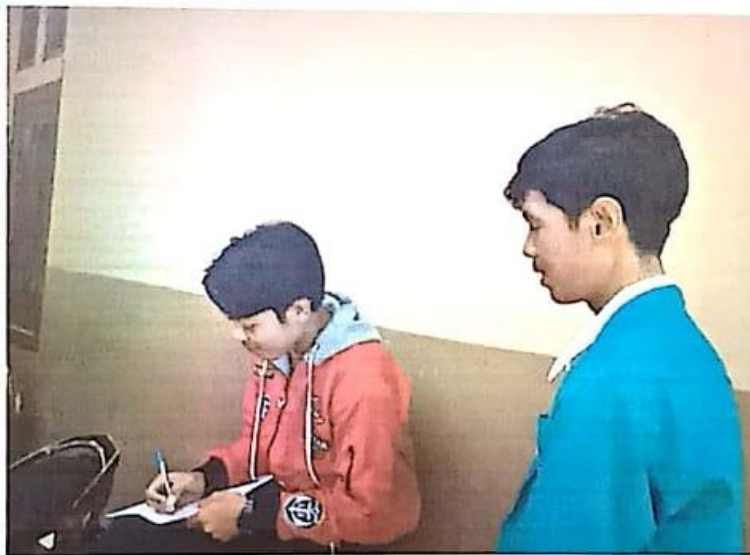
Selama proses kuliah Aswan A. mengabdikan diri di organisasi Persatuan Olahraga Mahasiswa (PORMA) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cab Parepare. Sekaligus pernah menjabat sebagai Menteri Olahraga Dema Stain Parepare pada periode 2015/2016.

Untuk memperoleh gelar sarjana (S1), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk KPR Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara KCPS Parepare.

DOKUMENTASI



Kantor Pelayanan Nasabah Bank BTN KCPS Parepare



Pengisian Kusioner /Angket Oleh Nasabah Bank BTN KCPS Parepare