

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZI DALAM
EKONOMI ISLAM TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI
PADA MASYARAKAT KELURAHAN BILOKKA SIDRAP**



OLEH

**NUR HIJRAH S
NIM: 18.2300.088**

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZI DALAM
EKONOMI ISLAM TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI
PADA MASYARAKAT KELURAHAN BILOKKA SIDRAP**



OLEH

**NUR HIJRAH S
NIM:18.2300.088**

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

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

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi Dalam
Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Bertransaksi
Pada Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap

Nama Mahasiswa : Nur Hijrah S.

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.088

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.1996/In.39.8/PP.00.9/6/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H. (.....)

NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag. (.....)

NIP : 19680205 200312 2 001

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi Dalam
Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Bertransaksi
Pada Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap

Nama Mahasiswa : Nur Hijrah S.

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.088

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.1996/In.39.8/PP.00.9/6/2021

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M.H. (Ketua)

Rusnaena, M.Ag. (Sekretaris)

Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum. (Anggota)

An Ras Try Astuti, M.E. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Sudarni dan Ayahanda Saderi tercinta dimana dengan pembinaan dan berkat doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Zainal Said, M.H. dan Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare, sekaligus sebagai Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.

2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Seluruh kepala unit yang berada dalam lingkungan IAIN Parepare beserta Staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
5. Kepala Kelurahan dan seluruh jajaran Staf Kelurahan yang memberikan izin meneliti di Kelurahan Bilokka, serta bantuan data-data yang dibutuhkan penulis.
6. Kepada masyarakat Kelurahan Bilokka yang telah memberikan informasi dan bersedia untuk diwawancarai.
7. Sahabat seperjuangan saya Rina Maming, Juan Asizah Audia, Putri Nur Rahma H, Risma Ansari dan Mutmainna yang telah berjuang bersama-sama dalam studi di IAIN Parepare dan memberi dorongan semangat kepada penulis.
8. Sahabat saya Hikmah Savira Mansur, Rasna Fadilah, Sarnita S, Fajrah tuhsya'adah, Marwa dan Hasna Mansur terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan motivasi yang telah diberikan. Semoga persahabatan ini tetap terjaga sampai akhir hayat kita.
9. Teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya angkatan 2018, teman-teman senasib di organisasi Mahasiswa Islam Sidenreng Rappang Indonesia (MASSIDDI) Kota Parepare khususnya angkatan IX, teman KPM Desa Mario dan teman PKL Bank Mandiri

KCP Sidrap Sudirman yang memberikan motivasi serta memberikan pengalaman belajar diluar area kampus IAIN Parepare.

10. Teman-teman dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.
11. Yang terakhir namun tidak kalah pentingnya, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri, terima kasih karena telah yakin dan percaya, terima kasih atas semua kerja kerasnya selama ini, dan terima kasih karena tidak pernah menyerah untuk menjadi diriku sendiri selama ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 14 Januari 2023
21 Jumadil Akhir 1444 H

Penulis



Nur Hijran S
NIM. 18.2300.088

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

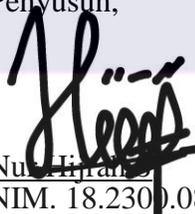
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Hijrah S
Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.088
Tempat/Tgl. Lahir : Wanio, 09 Februari 2000
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi Dalam
Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Bertransaksi Pada
Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap

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, 14 Januari 2023

Penyusun,


Nur Hijrah S
NIM. 18.2300.088

ABSTRAK

Nur Hijrah S. Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi Dalam Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Bertransaksi Pada Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap (dibimbing oleh Zainal Said dan Rusnaena).

Di dunia perbankan mengalami perkembangan teknologi salah satunya yaitu transaksi pembayarannya dilakukan menggunakan uang elektronik (Kartu Brizzi) yang dapat mempermudah dalam bertransaksi. Namun dibalik kemudahan tersebut terdapat kekurangan yaitu kartu Brizzi tidak bisa diblokir jika kartu hilang dan saldo yang tersedia tidak dapat dikembalikan atau dilacak. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi. Untuk mengetahui seberapa tinggi kepuasan pengguna kartu Brizzi dalam bertransaksi. Untuk mengetahui hubungan kualitas produk kartu Brizzi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap. Dan untuk mengetahui apakah kartu Brizzi sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif khususnya kuantitatif korelasi. Penelitian memakan waktu 30 hari dan dilakukan di Kelurahan Bilokka Sidrap Observasi, angket, dan dokumentasi adalah semua metode pengumpulan data. 96 orang menjadi sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan uji one sample T test, korelasi pearson product moment, dan regresi linier sederhana sebagai metode analisis datanya.

Hasil penelitian dengan teknik One Sampel T-test seberapa baik kualitas produk (X) diperoleh nilai 78,54% berada pada kategori baik. Hasil penelitian dengan teknik One Sampel T-test seberapa tinggi tingkat kepuasan (Y) diperoleh nilai 78,88% berada pada kategori baik. Hasil uji korelasi pearson product moment diperoleh 0,640 menandakan bahwa terdapat hubungan kuat antara kualitas produk dengan kepuasan pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka Sidrap. Diketahui r tabel 0,2006 maka pearson correlation dalam penelitian ini bersifat positif dan nilai signifikan dengan kepuasan pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka Sidrap terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Hasil uji regresi linear sederhana diketahui angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,395. maka setiap penambahan 1% menggunakan kualitas produk (X), maka kepuasan pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,395. Hasil uji koefisien determinasi bahwa R square diperoleh 0,410 dengan tingkat hubungan moderat, memiliki arti bahwa 41,0% kepuasan pengguna (Y) dipengaruhi kualitas produk (X) dan 59,0% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan, Kartu Brizzi, Ekonomi Islam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
1. Kualitas Produk.....	13
2. Kartu Brizzi.....	16
3. Teori Kepuasan	18
4. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	23
B. Kerangka Pikir	25
C. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
B. Lokasi dan waktu penelitian	29
C. Populasi dan sampel.....	29
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	31
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Instrumen dan Paradigma Penelitian	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Data	41
1. Deskripsi Variabel Penelitian	41
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	43
B. Pengujian Persyaratan Analisis.....	51
1. Uji Validitas Data	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Normalitas.....	55
C. Pengujian Hipotesis	56
1. Uji One Sample T-test	56
2. Uji Korelasi Parsial <i>Pearson Product Moment</i>	58
3. Uji Regresi Linier Sederhana.....	60
4. Uji T (Parsial)	62
5. Uji Determinasi.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi.....	64
2. Tingkat Kepuasan Pengguna Kartu Brizzi dalam Bertransaksi.....	66
3. Hubungan kualitas produk kartu Brizzi dengan kepuasan masyarakat.	68
4. Pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dengan kepuasan masyarakat.	71

5. Kartu Brizzi dalam Perspektif Islam.....	73
BAB V PENUTUP.....	88
A. Simpulan.....	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	I



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	26
3.1	Bagan Paradigma Penelitian	35



DAFTAR TABEL

No. Gambar	Judul Tabel	Halaman
3.1	Tingkat Korelasi Dan Tingkat Hubungan	39
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	41
4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia Responden	42
4.3	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir Responden	42
4.4	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden	43
4.5	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X	43
4.6	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Y	48
4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X)	52
4.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)	53
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)	54
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna (Y)	54
4.11	Hasil Uji Normalitas	55
4.12	Tabel Klasifikasi	56
4.13	Hasil Uji One Sampel T- Test Variabel Kualitas Produk (X)	56
4.14	Hasil Uji One Sampel T- Test Variabel Kepuasan Pengguna (Y)	57
4.15	Hasil Korelasi Pearson Product Moment	59
4.16	Tabel Interval Koefisien	60
4.17	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	60
4.18	Hasil Uji T (Parsial)	62
4.19	Hasil Uji Determinasi	64

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Kuaesioneer/Angket	IV
2.	Data Mentah Penelitian	IX
3.	Rumus Dan Hasil Perhitungan Statistik	XII
4.	Surat Pengantar Penelitian Dari Kampus	XXII
5.	Surat Izin Meneliti Dari Dpmpstsp	XXIII
6.	Surat Izin Selesai Meneliti	XXIV
7.	Dokumentasi Penelitian	XXV
8.	Pengambilan Sampel Secara Online Melalui Google Form	XXVI
9.	Biodata Penulis	XXVII

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vocal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
ا	Kasrah	I	I
ا	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : ḥaula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي / آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْقَادِيَةَ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

حَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمَ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dandidahului oleh huruf kasrah (عِ) maka transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْفِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (Bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
نو	=	بدون مكان
صهعى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر

الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan di Indonesia didirikan bertujuan untuk menunjang pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerintah dan stabilitas nasional. Sistem keuangan merupakan tatanan dalam perekonomian suatu negara yang memiliki peran penting dalam menyediakan fasilitas jasa di bidang keuangan. Sistem keuangan Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu sistem perbankan dan sistem lembaga keuangan bukan bank.

Lembaga keuangan baik bank maupun bukan bank sama-sama memiliki tugas yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Namun perbedaannya terletak pada cara penghimpun dananya, lembaga keuangan perbankan melakukan penghimpunan dana secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan lembaga keuangan bukan bank hanya dapat menghimpun dana secara tidak langsung. Tetapi pada dasarnya ini dalam sistem lembaga keuangan di setiap Negara yaitu lembaga perbankan, karena hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa Bank. Oleh karena itu saat ini dan dimasa yang akan datang jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik individu maupun lembaga, baik suatu perusahaan maupun sosial pastinya tidak akan terlepas dari dunia perbankan.

Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia, perkembangan sistem pembayaran pun selalu mengalami perubahan karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Jadi teknologi sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi pun terus mengalami peningkatan. Kini masyarakat semakin

dimudahkan dalam hal bertransaksi, seperti halnya sistem pembayaran nontunai atau uang elektronik yang menggunakan kartu sebagai alat transaksinya.

Uang elektronik sendiri adalah sebuah alat pembayaran nontunai yang diperoleh dengan menyetorkan uang terlebih dahulu kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran oleh pemegang kartu kepada pedagang. Uang elektronik pada dasarnya sama seperti uang karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi jual-beli barang.

Pengguna uang elektronik tidak perlu menjadi nasabah bank, sehingga dapat membeli langsung melalui jaringan bank atau perusahaan telekomunikasi selaku penerbit. Pembayaran menggunakan uang elektronik tidak selalu memerlukan proses otorisasi untuk pembebanan ke rekening nasabah. Hal ini karena pada uang elektronik tersebut telah terekam sejumlah nilai uang, sehingga pada prinsipnya seseorang yang memiliki uang elektronik sama dengan memiliki uang tunai, tetapi nilai uang tersebut telah dikonversikan dalam bentuk data elektronis.¹ yang lebih mempermudah seseorang.

Uang elektronik memiliki Kelebihan yaitu cukup praktis dengan membawa kartu yang mempunyai nilai rupiah tertentu, aman, tidak perlu membawa uang tunai lagi, mudah karena hanya menempelkan kartu pada EDC untuk bertransaksi dan dapat digunakan untuk transaksi ritel dengan nilai kecil. Selain itu uang elektronik membuat transaksi menjadi lebih cepat dan nyaman, karena tidak memerlukan tanda tangan maupun PIN. Uang elektronik sendiri layak menjadi pertimbangan masyarakat

¹ R. Serfianto D.P., et al., eds., *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik* (Cet. 1; Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka, 2012), h.19.

sebagai instrumen pembayaran karena uang elektronik dapat dikatakan sebagai kartu serba guna, karena dapat digunakan untuk aneka transaksi, seperti pembayaran tol, pembelian bahan bakar minyak di SPBU, belanja dan akhir-akhir ini beberapa UMKM yang ada di Sidrap sudah memakai sistem pembayaran melalui uang elektronik.

Perbankan tidak berfungsi hanya sebagai penghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara efektif dan efisien tetapi juga menyediakan jasa ataupun pelayanan. Setiap tahapan proses penyediaan jasa atau pelayanan jasa harus berorientasi pada kualitas. Secara garis besar kualitas orientasinya adalah kepuasan pelanggan atau kepuasan nasabah yang merupakan tujuan perusahaan maupun perbankan.

Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan sebuah kinerja dan harapan, jika kinerja berada dibawah harapan, maka pengguna atau nasabah tidak puas, begitu juga sebaliknya dan jika kinerja melebihi harapan maka pengguna atau nasabah akan merasa sangat puas.

Definisi lain menurut Woodruff, kepuasan adalah perasaan pengguna dalam menanggapi dan mengevaluasi pengalaman setelah menggunakan suatu produk, yang dapat memenuhi bahkan melebihi kebutuhan dan keinginan. Salah satu faktor menentukan kepuasan pengguna adalah persepsi pengguna mengenai kualitas produk yang berfokus pada lima dimensi jasa, yaitu kesesuaian, daya tahan, keistimewaan tambahan, kemudahan produk dan estetika.²

²Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h.101.

Suatu pelayanan yang dapat memuaskan penggunanya, jika sistem dari produk sudah dilakukan inovasi sesuai dengan perkembangan dunia modern sekarang maka kepuasan pengguna sendiri akan terpenuhi maka itu menjadi keberhasilan bagi bank dalam memberikan kepuasan penggunanya dan akan membuat pengguna loyal pada akhirnya bisa memberikan pendapatan yang baik bagi bank sendiri dalam kemajuan produk-produk barunya.

Baru-baru saja Komunitas Anak Remaja CASPER di Kelurahan Bilokka membuat kartu tanda anggota sekaligus uang elektronik dengan bantuan dan kerja sama dari pihak Bank BRI, dari data yang diperoleh penulis terkait pengguna kartu Brizzi dikalangan komunitas anak remaja CASPER Kelurahan Bilokka terdapat sebanyak 127 pengguna kartu Brizzi. Komunitas Anak Remaja CASPER Kelurahan Bilokka merupakan salah satu kawasan komunitas di Sidrap sebagai *Less Cash Soceity* (masyarakat pengguna uang nontunai). Uang elektronik yang dikeluarkan Bank BRI dengan nama produk kartu Brizzi untuk biaya perdana sendiri yaitu sebesar Rp. 35.000,- (Tiga puluh lima ribu rupiah) untuk satu buah kartu.

Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia) merupakan salah satu Bank milik pemerintah Republik Indonesia dan merupakan salah satu Bank terbesar di Indonesia. BRI mengeluarkan produk uang elektronik bernama Brizzi. Produk yang dikeluarkan pada akhir 2011 ini telah bekerja sama dengan beberapa *merchant*, diantaranya adalah pom bensin Pertamina, pembayaran TOL, pembayaran parkir (TPE), Toko Retail (alfamart, indomaret, hypermart) dan wahana hiburan atau Restoran yang berlogo Brizzi. Keunggulan produk uang elektronik ini dapat dimiliki oleh siapa pun tanpa harus memiliki rekening BRI, selain itu Penggunaan dana di kartu ini tidak dikenakan bunga Bank. Setiap produk datang dengan kelebihan dan kekurangannya,

tidak terlepas dengan kartu Brizzi yang memiliki kekurangan yaitu kartu Brizzi tidak bisa diblokir jika kartu hilang dan saldo yang tersedia tidak dapat dikebalikan atau dilacak, selain itu saldo kartu Brizzi juga tidak bisa dicek di Tol sehingga banyak pengguna kartu Brizzi sering kehabisan saldo di Tol.

Sebuah pertanyaan bagi penulis untuk meneliti kasus ini yaitu mengenai mengapa masyarakat Kelurahan Bilokka lebih memilih menggunakan kartu nontunai Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI, padahal ada bank lain yang mengeluarkan kartu Nontunai yang sama. Ini menjadi sebuah keterkaitan bagi penulis untuk meneliti apakah kualitas produk pada kartu nontunai Brizzi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang lebih memilih menggunakan kartu Nontunai Brizzi dan dengan di telitinya permasalahan ini untuk menghindari terjadinya monopoli dalam hal sistem pembayaran nontunai itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi dalam Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Bertransaksi pada Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa baik kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi ?
2. Seberapa tinggi tingkat kepuasan pengguna kartu Brizzi dalam bertransaksi ?
3. Apakah ada hubungan kualitas produk kartu Brizzi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap ?
4. Apakah kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap ?

5. Apakah kartu Brizzi sesuai dengan perspektif ekonomi islam ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa baik kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi.
2. Untuk Mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pengguna kartu Brizzi dalam bertransaksi.
3. Untuk mengetahui hubungan kualitas produk kartu Brizzi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.
5. Untuk mengetahui apakah kartu Brizzi sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan pada penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis.

2. Secara Teoritis
 - a. Diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis tentang ekonomi syariah, khususnya mengenai perbankan syariah.
 - b. Mengembangkan kajian teoritis tentang perbankan syariah dan disesuaikan dengan kondisi aktual ekonomi.
3. Secara Praktis
 - a. Bagi masyarakat

Mempermudah pemahaman masyarakat tentang dunia perbankan dan memberikan pertimbangan bagi mereka dalam proses pengambilan keputusan ekonomi (khususnya terkait keputusan menjadi pengguna kartu Brizzi).

b. Bagi penulis

Penelitian ini adalah hasil elaborasi penulis terhadap pengetahuan teoritis selama menempuh kuliah sarjana IAIN Parepare, dengan fenomena ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat. Secara umum dapat menambah wawasan dan pengalaman pada kegiatan penelitian.

c. Bagi pemerintah dan stakeholder terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan rujukan pemerintah ataupun lembaga perbankan dalam pengambilan keputusan, kebijakan, dan program, khususnya terkait pengembangan lembaga.

d. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perbankan syariah, serta hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi syariah. Selain itu, dapat menjadi bahan pembandingan (penelitian terdahulu), khususnya pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian yang relevan pada dasarnya dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan dalam penelitian kali ini. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkorelasi dengan penelitian penulis, diantaranya:

1. Nur Fitri Pratiwidengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), TBK di Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat konsumen pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), TBK di Makassar. Variabel independen yang diteliti yaitu; persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan dengan minat konsumen sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden di Makassar. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan Uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat kita lihat bahwa seluruh variabel independen yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan Kartu Brizzi di Makassar. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat konsumen adalah variabel persepsi kemudahan. Dari penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar

0,582 yang artinya seluruh variabel bebas yakni persepsi kemudahan (X1) dan persepsi kemanfaatan (X2) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 58,2% terhadap variabel terikat (Y) yakni minat konsumen. Sisanya sebesar 42,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.³

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang kartu Brizzidan sama-sama memperoleh hasil penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua variabel yang diuji dalam kedua penelitian tersebut.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah tempat penelitiannya berbeda, penelitian sebelumnya menitik beratkan pembahasan pada Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan dalam menggunakan kartu Brizzi sedangkan penulis membahas tentang kualitas produk kartu Brizzi.

2. Dimas Setio Wibowo dengan judul penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia Di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kebutuhan, Keamanan, dan Promosi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Medan. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *accidental sampling*, artinya penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan data yang diperlukan. Sampel dalam penelitian berjumlah 50 orang pengguna kartu Brizzi di Kota Medan. Dari hasil

³ Nur Fitri Pratiwi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Makassar" (*Skripsi*; Jurusan Manajemen: Makassar, 2015), h.53.

penelitian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel kebutuhan, keamanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap permintaan kartu Brizzi. Secara parsial menggunakan uji T menunjukkan bahwa variabel kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kartu Brizzi dengan tingkat signifikansi $0,048 < 0,050$, variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kartu Brizzi dengan tingkat signifikansi $0,015 < 0,050$, dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kartu Brizzi dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,050$.⁴

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang kartu Brizzi dan sama-sama memperoleh hasil penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua variabel yang diuji dalam kedua penelitian tersebut.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah tempat penelitiannya berbeda, penelitian sebelumnya menitik beratkan pembahasan pada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kartu Brizzi sedangkan penulis membahas tentang kualitas produk kartu Brizzi.

3. Abdulloh Majid dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa apakah kualitas produk tempe Barokah di Kecamatan Pamotan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana pandangan ekonomi Islam dalam

⁴Dimas Setio Wibowo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kartu BRIZZI PT. Bank Rakyat Indonesia Di Kota Medan" (*Skripsi*; Program Studi Ekonomi Pembangunan: Medan, 2017), h.68.

pengaruh kualitas produk tempe Barokah di Kecamatan Pamotan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (Field Research) dengan metode pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah 60 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik random sampling dan pemilihan sampel penelitian menggunakan rumus slovin sehingga besarnya sampel adalah 52 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS 20. Berdasarkan hasil penghitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh 0,464 yang artinya variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 46%. Berdasarkan hasil uji data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$. dengan demikian kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen.⁵

Hasil dari penelitian Abdulloh Majid yaitu dengan Uji F yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kualitas produk sama-sama mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Adapun hasil Uji T menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

Relevansinya dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Letak perbedaanya yaitu peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh kualitas Produk dengan mengangkat pokok masalah yaitu seberapa baik kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi,

⁵Abdulloh Majid, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (*Skripsi*; Program Studi Ekonomi Syari'ah : Lampung, 2019), h.48.

Apakah ada hubungan kualitas produk kartu Brizzi terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap, Apakah kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap, dan Apakah kartu Brizzi sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Sedangkan peneliti terdahulu mengangkat Kualitas Produk sebagai variabel bebas. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana pandangan ekonomi islam dalam pengaruh kualitas produk tempe Barokah di Kecamatan Pamotan terhadap kepuasan konsumen.

4. Nelli Rizayanti dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penyebaran angket (kuesioner) dan teknik wawancara. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung sebesar $2,344 > 1,9858$. Karena nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 di terima dan menolak H_a di tolak yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya, dengan t hitung sebesar $4,449 > 1,9858$. Karena nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 di terima dan menolak H_a di tolak. yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen

Socolatte di Pidie Jaya dengan nilai F tabel sebesar $17,494 > 3,943$ yang artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya. Diharapkan kepada pihak Socolatte untuk menjaga kualitas produk dan harga. Serta dapat meningkatkan kualitas produk yang lebih baik lagi.⁶

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa uji t kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berdasarkan uji t bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. pada uji F atau uji serempak menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nelli Rizayanti menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Sedangkan penulis hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu kualitas produk (X) dan kepuasan pengguna (Y). Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengukur kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya. Sedangkan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karektarestik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit. Hal ini berarti fitur produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang

⁶Nelli Rizayanti, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya" (*Skripsi*; Program Studi Ekonomi : Banda Aceh, 2021), h.71.

nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen. Produsen dikatakan telah menyampaikan mutu jika produk atau yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi peanggan. Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh daya tarik produk, spesifikasi, bahan-bahan, teknik pembuatan, dan keahlian dalam pembuatannya. Dalam menjamin kualitas produknya, setiap perusahaan harus mengadakan setiap pengujian dan pengawasan secara rutin dan terpadu.⁷

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal

⁷Ely Arinawati dan Badrus Suryadi, *Penataan Produk*, (Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021), h. 164.

ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Jadi dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Garvin dimensi kualitas produk ada delapan, karakteristik yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk yaitu sebagai berikut:⁸

1. kinerja (*Performance*), karakteristik pokok dari produk inti yang telah dibeli contohnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan yang telah diberikan perusahaan.
2. Keistimewaan atau ciri-ciri (*Features*), karakteristik sekunder atau pelengkap dari sebuah produk.
3. Keandalan (*Reability*), kemungkinan kecil dari produk yang mengalami kerusakan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformanceto specification*), kesesuaian karakteristik desain dan operasi telah memenuhistandart-standart yang sudah ditetapkan.
5. Daya tahan (*Durability*), seberapa lama produk tersebut dapat digunakan oleh konsumen.
6. kemampuan pelayanan (*Serviceability*), melalui kecepatan "kenyamanan serta penanganan keluhan yang memuaskan. Misalnya palayanan yang diberikan bukan hanya sekali konsumen membeli produk tetapi mencakup kesediaan seberapa banyak konsumen membeli dengan pelayanan yang memuaskan.

⁸Philip Kotler, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 1995), h.25.

7. Estetika (*Asthetics*), merupakan daya tarik terhadap panca indera contohnya bentuk model produk yang terbaru, warna yang sesuai dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceivedquality*), yaitu citra dan reputasi produk dari suatu perusahaan. Misalnya kurangnya pengetahuan konsumen akan atribut dari kualitas produk sehingga konsumen berpresepsi bahwa kualitas dari aspek harga maupun nama merek.

Berdasarkan dimensi-dimensi diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu dimensi kualitas merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan, adapun dimensi kualitas produk meliputi kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian, daya tahan dan juga estetika.

2. Kartu Brizzi

a. Pengertian Brizzi.

Brizzi merupakan produk E-money berbasis kartu yang dikeluarkan secara resmi oleh pihak Bank BRI. Sistem pengisian saldo kartu Brizzi Serupa dengan yang lain, yaitu dapat diisi di EDC, internet banking, atau ATM. Jaringan kerjasama yang luas memungkinkan Brizzidapat digunakan dalam berbagai transaksi. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan Brizzi antara lain: pembelian tiket Transjakarta dan Transjogja, pembelian tiket kereta api, pembayaran masuk tol, pembayaran e parking, pembayaran di gerai Alfamart dan Indomaret, transaksi di SPBU, dan berbelanja di Carrefour.⁹ Dengan menggunakan kartu Brizzidapat mempermudah transaksi seseorang, Oleh itu UMKM di Kabupaten Sidrap sudah mulai memakai kartu Brizzi sebagai alat pembayaran.

⁹ Ibrahim Nubika, *BITCOIN: Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial* (Cet. 1; Yogyakarta: Genesis Learning, 2018), h.68.

b. Ketentuan umum Brizzi.

- 1) Brizzi menggunakan satuan hitung rupiah dan hanya digunakan di Indonesia.
- 2) Brizzi bukan merupakan simpanan dan dana yang terdapat di dalamnya tidak diberikan bunga serta tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- 3) Kepemilikan Brizzi dapat dialihkan dengan cara memberikan fisik Brizzi kepada orang lain.
- 4) Brizzi yang hilang dicuri atau digunakan oleh pihak yang tidak berwenang tidak dapat diblokir maupun diganti dengan kartu yang baru. Segala akibat atas Brizzi yang hilang atau dicuri menjadi tanggung jawab Pemegang Kartu sepenuhnya.
- 5) Pemegang Kartu hanya dapat menggunakan Brizzi untuk transaksi pembayaran selama dana yang ada pada Brizzi cukup.
- 6) Kepemilikan kartu Brizzi tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.
- 7) Pemegang Kartu wajib memelihara fisik Brizzi sehingga tidak rusak, patah, atau nomor Brizzi masih dapat diidentifikasi.
- 8) Keterangan dan perhitungan dari Bank BRI terkait Transaksi pembayaran, transaksi-transaksi lainnya dan atau saldo Brizzi sebagai akibat pemakaian Brizzi merupakan bukti yang mengikat kecuali dapat dibuktikan sebaliknya.
- 9) Pengguna Brizzi tunduk pada ketentuan-ketentuan yang berlaku di Bank BRI serta syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang mengatur semua jasa atau fasilitas dan Transaksi Pembayaran ataupun Transaksi Top up yang dicakup oleh Brizzi termasuk setiap perubahan yang akan diinformasikan terlebih dahulu oleh Bank BRI.¹⁰

¹⁰ Bank Rakyat Indonesia, *BRIZZI*(Jakarta: BRI, 2015) <https://promo.bri.co.id/main/product/main/Brizzi> (25 Juli 2021).

c. Keuntungan menggunakan Kartu Brizzi

- 1) Dapat dimiliki oleh siapapun (tanpa harus memiliki rekening BRI).
- 2) Nilai uang di dalam kartu dapat diisi ulang/*Top Up* (via EDC maupun ATM).
- 3) Isi ulang Brizzi dapat melalui rekening BRI maupun Bank lain.
- 4) Dapat digunakan di merchant yang sudah bekerjasama dengan BRI.
- 5) Mengakomodir pembayaran transaksi mulai dari Rp.1,- sampai dengan Rp.1.000.000,-
- 6) Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, tidak melakukan pembayaran dengan menggunakan uang tunai dan tidak direpotkan dengan uang recehan.
- 7) Nikmati promo-promo Brizzi yang bervariasi.

Alasan perbankan tertarik untuk melakukan terobosan baru ini untuk meningkatkan kepuasan penggunaannya terhadap produk dan jasa sesuai dengan perkembangan era modern dan kebutuhan masyarakat yang beragam, maka diciptakanlah bentuk lain dari uang tersebut yaitu dengan sistem pembayaran nontunai atau uang elektronik yang menggunakan kartu sebagai alat transaksinya.

3. Teori Kepuasan

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi pada suatu produk yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman sejawat, dan komunikasi melalui iklan.¹¹

¹¹Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h.60.

Menurut Oliver yang dikutip didalam buku Nasution, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkannya. Menurut Rand yang dikutip didalam buku Nasution mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Angel, Roger dan Miniard yang dikutip dalam buku Nasution mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi pada konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan.¹²

Indikator kepuasan pengguna menurut Irwan, ada tiga yaitu:

a. Kesesuaian dengan Kebutuhan Pengguna

Hal yang harus diperhatikan oleh suatu pelayanan dalam kepuasan pengguna yaitu melayani dengan sepenuh hati karena kepuasan pengguna dimulai dari hati. Apabila suatu sistem informasi memberikan layanan secara efisien dan efektif kepada pengguna maka pengguna akan merasa puas dengan sistem informasi tersebut.

b. Totalitas Memberikan Layanan

Petugas atau pustakawan dalam memberikan suatu pelayanan harus secara totalitas. Baik itu dalam usaha memenuhi kebutuhan pengguna, kelengkapan informasi mengenai bahan pustaka yang sedang dicari, dan kelayakan sistem informasi yang disediakan.

¹²Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta ; Ghalia Indonesia, 2015), h.48.

c. Kesenangan dan Kenyamanan

Peningkatan kualitas dalam sebuah layanan dapat dilihat dari kenyamanan dan kesenangan pengguna dalam pelayanan yang diberikan oleh petugas atau pun pustakawan. Bentuk dari kesenangan dan kenyamanan pengguna yaitu kemudahan mereka dalam mengakses dan mencari informasi buku atau bahan pustaka lainnya pada sistem yang telah disediakan.¹³

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

b. Harga.

Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jas lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

c. Kualitas pelayanan.

Pada industri, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

d. Emosional.

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi

¹³Andi Pandita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Negeri Makassar" (*Skripsi*; Jurusan Ilmu Perpustakaan: Makassar, 2017), h.28.

Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk, tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

e. Biaya.

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa.¹⁴

Indikator tingkat kepuasan konsumen menurut, Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesedian pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

¹⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Edisi Keempat, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.57.

- c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.¹⁵

Menurut Kotler ada empat indikator dalam pengukuran kepuasan konsumen yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran perusahaan yang fokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan.
- b. *Ghost shopping atau Mystery shoope* merupakan salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing.
- c. Analisa pelanggan yang hilang (*Lost customer analysis*) perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah pada pemasok lain untuk mempelajari sebabnya.

¹⁵Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 101.

d. Survei kepuasan pelanggan perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasan kejadian itu.¹⁶

Indikator kepuasan konsumen ialah sebuah transaksi ekonomi pasti tak lepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan *outcome* atau hasil yang diharapkan dari adanya kepuasan konsumen. “kepuasan konsumen adalah peningkatan penggunaan, pembelian uang, loyalitas dan *word of month*”.¹⁷

Ciri-ciri konsumen yang puas adalah adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.¹⁸

4. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *Qona'ah*. Kepuasan dalam Islam (*Qona'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara batiniah maupun lahiriah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut: Barang atau jasa yang dikonsumsi harus

¹⁶Kotler. P. dan Amstron, *Principle dan Marketing*, alih bahasa A. Sandiwan Suharto (California: Pearson/Prentice Hall, 2015), h.329.

¹⁷Stepen, *The Efecc Of Brand Imege On Overall Satisfaction And Loyalty Intention In The Courent Of Color Cosmetic*, (Asian Academy Of Management Journal, 2007), h.6.

¹⁸Kotler. P. dan Amstron, *Principle dan Marketing*, alih bahasa A. Sandiwan Suharto (California: Pearson/Prentice Hall, 2015), h.329.

halal, dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih lebih dan Tidak mengandung riba.¹⁹

Dalam ekonomi islam kepuasan dikenal dengan masalah, dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan nonfisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap *isrof* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. Kemudian tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Menilai dari sisi kepuasan sendiri pada dasarnya manusia memiliki sifat yang tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah dimilikinya. Ini dibuktikan oleh hadist dari Ibnu ‘Abbas, ia mendengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda;

لَوْ كَانَ لِابْنِ آدَمَ وَادِيَانِ مِنْ مَالٍ لَابْتَغَى ثَالِثًا ، وَلَا يَمْلَأُ جَوْفَ ابْنِ آدَمَ إِلَّا التُّرَابُ ،
وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

20

¹⁹Fitria Salahika Salma, Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perpektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya* (Surabaya: Jestt, 2015), h.327.

²⁰Muhammad Bin Ismail al-bukhari, *Shahih al-Bukhari*, (Kairo: Dardthruq an-nadzah, 1422H), h.725.

Artinya:

“Seandainya manusia diberi dua lembah berisi harta, tentu ia masih menginginkan lembah yang ketiga. Yang bisa memenuhi dalam perut manusia hanyalah tanah. Allah tentu akan menerima taubat bagi siapa saja yang ingin bertaubat”

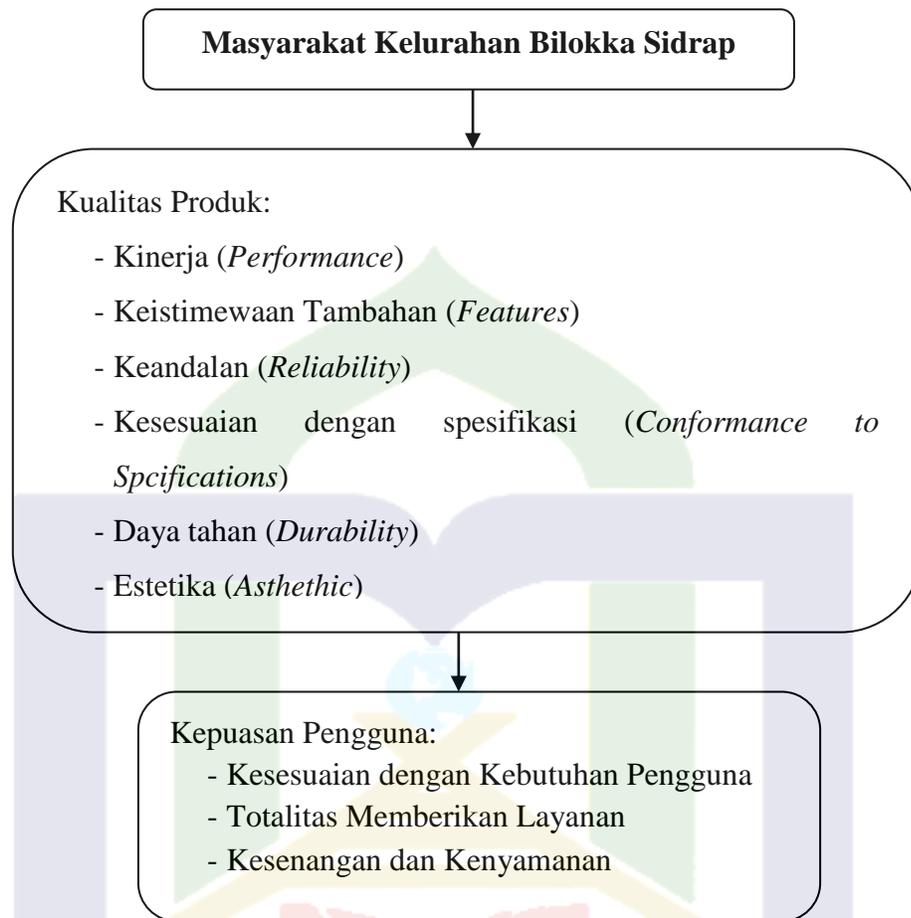
Berdasarkan hadist diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa manusia memang tidak pernah merasa puas dalam dirinya tetapi rasa puas tersebut dapat dicapai ketika seseorang bisa mendapatkan kebutuhan yang mencukupinya, maka dia tidak perlu gusar memikirkan masa depan, dan harus merasa yakin bahwa dia pasti akan mendapatkan rezeki dari Allah.

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.

B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau variable secara kohoren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian.²¹ Pada suatu penelitian diperlukan adanya kerangka pikir, agar penelitian yang dilakukan sesuai dengan tujuan peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam ekonomi islam terhadap kepuasan bertransaksi pada masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap. Dari analisis tersebut akan dilihat pengaruh kartu Brizzi terhadap kepuasan masyarakat Bilokka.

²¹Tim penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020), h.31.



Gambar 2.1 : Bagan Kerangka Pikir

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.²² Disebut sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.99.

H_0 :Tidak ada pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam ekonomi islam terhadap kepuasan bertransaksi pada masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.

H_1 :Ada pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam ekonomi islam terhadap kepuasan bertransaksi pada masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasi. Pendekatan korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan dengan mengumpulkan data untuk menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa angka-angka dan analisis-analisis menggunakan statistik.²³ Menurut Ahmad Tanzeh dan Suyitno, yang dimaksud penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitik beratkan pada penyajian data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan (*scoring*) yang menggunakan statistik.²⁴ Data penelitian merupakan data sekunder secara mayoritas serta data primer sebagai pelengkap.

- a. Data primer dalam penelitian ini didapat berdasarkan jawaban dari responden dan alat penelitian berupa kuesioner yang telah disusun secara sistematis. Kuesioner ini berisi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang terkait dengan keterangan dari responden yang telah menjadi kriteria peneliti. Kuesioner tersebut akan disebar kepada responden.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011),h.45.

²⁴ Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF), 2006), h.45.

- b. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan oleh peneliti.²⁵ Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sumber digital yang diperoleh melalui internet yang berupa jurnal, berita, dan bacaan lainnya dalam bentuk digital, maupun berdasarkan materi atau literatur dan review terhadap dokumen, buku, laporan yang berkaitan dengan penelitian ini.

B. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini bertempat di Kelurahan Bilokka, Kecamatan Pancalautang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Dengan beberapa masyarakat sebagai pengguna kartu Brizzi yang berperan sebagai responden.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian yang akan peneliti gunakan dalam merampungkan penelitian ini yaitu kurang lebih 1 bulan lamanya dan disesuaikan dengan kondisi kebutuhan peneliti.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian.²⁶ Dalam penelitian ini populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Populasi pada penelitian ini

²⁵Burhan Bungin.*Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.122.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h.329.

merupakan Pengguna kartu Brizzi. Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang terdaftar sebagai Komunitas anak remaja CASPER yang ada di Kelurahan Bilokka, Populasi penelitian terdiri dari 127 pengguna kartu Brizzi yang ada di Kelurahan Bilokka Kabupaten Sidrap.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti) yang diambil sebagai sumber data dan mewakili seluruh populasi. Setelah data di dokumentasikan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, maka diperoleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 pengguna. Adapun pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik ini digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian, yaitu memilih karakteristik tertentu sebagai kunci untuk dijadikan sampel, sedangkan yang tidak memenuhi karakteristik maka akan diabaikan atau tidak dijadikan sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode slovin dengan rumusan:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi 95% atau sig = 0,05

Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 127 pengguna, dengan menggunakan rumus slovin dengan besar toleransi kesalahan 5% maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah:

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

$$n = \frac{127}{127 (0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{127}{127 \times 0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{127}{0,3175 + 1}$$

$$n = \frac{127}{1,3175}$$

$$n = 96,39$$

$$n = 96$$

Adapun karakteristik pengambilan sampel pada penelitian ini, yaitu :

- a. Nama dagang uang elektronik BRI adalah Brizzi dengan slogan “uang isi ulang BRI”
- b. Menggunakan satuan hitung rupiah dan hanya digunakan di Indonesia
- c. Menggunakan media chip untuk menyimpan saldo
- d. Uang elektronik berjenis *unregistered* (tidak diregistrasi)
- e. Untuk bisa melakukan transaksi menggunakan Brizzi baru, pemilik Brizzi wajib melakukan top up saldo melalui EDC BRI atau *merchant* yang sudah bekerjasama dengan BRI.

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Adapun metode pengumpulan dan pengolahan data dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu deskripsi secara sistematis tentang kejadian dan tingkah laku dalam sosial yang dipilih untuk diteliti. Adapun data yang diperoleh dari observasi dalam penelitian ini terdiri dari pemberian rincian tentang kegiatan, perilaku, tindakan orang-orang, serta interaksi interpersonal.

2. Koesioner (Angket)

Koesioner merupakan seperangkat pertanyaan/pernyataan yang telah disusun sebelumnya. Ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi guna menjawab kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Koesioner juga merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien apabila auditor mengetahui dengan tepat variabel atau data penting apa yang ingin didapat dan bagaimana cara mengukurnya.

Koesioner penelitian ini akan disebar kepada Komunitas Anak Remaja CASPER di Kelurahan Bilokka Kabupaten Sidrap karena dari koesioner ini peneliti dapat menemukan jawaban dari setiap pertanyaan/pernyataan yang telah diajukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.²⁷ yang akan dilakukan calon peneliti, dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah studi dokumen yang terkait dengan pengguna kartu Brizzi yang ada.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h.329.

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam melakukan analisis perlu kiranya memperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun variabel dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel X : Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kesesuaian produk dengan harapan konsumen atas biaya yang harus ditanggung oleh konsumen apabila membeli barang tersebut atau harga barang tersebut.

2. Variabel Y : Kepuasan Pengguna

Tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka peserta uji akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan peserta uji akan puas. Harapan peserta uji dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari sahabat serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Mutu suatu jasa uji sertifikasi tergantung dari tingkat kepuasan peserta uji di dalam melaksanakan uji, bila dihubungkan dengan jasa uji sertifikasi, maka bermutu atau tidaknya perusahaan tersebut, tergantung kepada puas atau tidaknya para peserta uji.

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif. Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang karena tuntutan kebutuhan dan pengaruh keyakinan, pikiran, serta ambisi tertentu dipersatukan dalam kehidupan kolektif. Sistem dan hukum yang terdapat dalam suatu masyarakat mencerminkan perilaku-perilaku individu karena individu-individu

tersebut terikat dengan hukum dan sistem tersebut.²⁸ Dimana dalam suatu sistem yang baik tidak boleh terdapat suatu pertentangan.

F. Instrumen dan Paradigma Penelitian

Untuk menguji dan membuktikan kebenaran suatu hipotesis, diperlukan data pendukung. Untuk memperoleh data yang lengkap diperlukan metode pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Ini dapat menentukan keberhasilan atau penelitian. Berkenaan dengan hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode kuesioner.

Kuesioner adalah daftar yang berisi serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan masalah atau area yang diselidiki. Kuesioner disebarkan kepada responden untuk mendapatkan data.²⁹

Skala yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian I yang berisi keterangan pribadi responden, bagian II berisi pernyataan yang merupakan penjabaran dari kualitas produk, dan kepuasan pengguna kartu Brizzi.

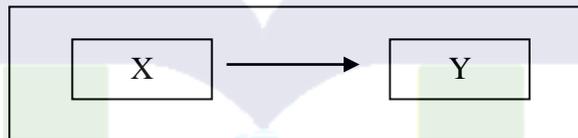
Skala Likert dengan 5 poin digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini. Skala Likert membedakan antara komentar positif dan negatif. Komentar positif mendapat skor 5, 4, 3, 2, dan 1, dan pernyataan negatif mendapat skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju adalah format jawaban dan skala likert.

²⁸Hidayatsrf.*Masyarakat* (Jakarta: Wikipedia, 2021). <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Masyarakat> (29 Juli 2021)

²⁹Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 76.

Paradigma penelitian merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variable yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis dan teknik analisis statistik yang akan digunakan. Paradigma merupakan konsep dasar dan alur berpikir yang melandasi penelitian dan menghubungkan variable-variabel yang diteliti.

Paradigma penelitian ini menggunakan paradig sederhana yang terdiri dari satu variable bebas (independen) dan satu variable terkait (dependent).



Gambar 3.1: Bagan paradigma penelitian

Dimana :

X= Kualitas Produk

Y= Kepuasan Pengguna

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Statistik adalah kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel atau daftar, diagram atau ukuran-ukuran tertentu, misalnya statistik penduduk, statistik kelahiran dan statistik pertumbuhan ekonomi. Statistik adalah pengetahuan mengenai pengumpulan data, klasifikasi data, penyajian data, pengelolaan data, penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan-keputusan berdasarkan masalah tertentu.³⁰

³⁰Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Versi 17* (Jakarta : Kencana, 2013), h.1.

1. Uji Validitas Data

Menurut Sugiono validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” kemudian antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.³¹ Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut Sugiono yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r \geq 0,30$ maka item-item pertanyaan dari koesioner adalah valid.
- b) Jika $r \leq 0,30$ maka item-item pertanyaan dari koesioner adalah tidak valid.³²

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Dimana:

r_{xy} = Kolerasi antara Variabel x dan y

$x = (X_i - \bar{x})$

$y = (Y_i - \bar{Y})$

2. Uji reliabilitas

Menurut Sugiono uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dua kali atau lebih terhadap

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.267.

³² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.134.

gejala yang sama dengan penggunaan alat ukur yang sama.³³ Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk koesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan valid (*reliable*).

3. Uji normalitas

Ujnormalitas adalah uji yang digunakan dalam mengukur apakah sebuah model regresi terdapat variabel bebas dan variabel terikat dimana saling berdistribusi normal maupun tidak. Regresi berdistribusi normal yaitu regresi yang baik. Penelitian ini uji normalitas untuk mengolah data menggunakan program SPSS statstic yaitu uji normalitas one sample *Kolmogrov-Smirnov*. Nilai signifikan tabel *Kolmogrov-Smirnov* wajib diatas standar eror sebesar 0,05 jadi dapat dikatakan bahwa dari suatu variabel tersebut berdistribusi normal.³⁴

4. Uji *One Sampel t Test*

Merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Pada uji hipotesis ini, diambil satu sampel

³³Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.354.

³⁴ Suryabrata Sumadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.

yang kemudian dianalisis apakah ada perbedaan rata-rata dari sampel tersebut.³⁵

Rumus dari *one sample t-test* sebagai berikut:

$$t = \frac{x - \mu}{S/\sqrt{n}}$$

Dimana :

t = Koefisien t

x = Mean sampel

μ = Mean populasi

S = Standar deviasi sampel

N = Jumlah sampel

5. Uji Korelasi parsial *Pearson Product Moment*

Penelitian yang dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Dengan teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain.

Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dalam bentuk koefisien korelasi.³⁶

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana

r = koefisien korelasi pearson

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Banyaknya sampel

Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

³⁵Sugiono *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2009),h.135.

³⁶SuharsimiArikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000),h.326.

Nilai Korelasi (<i>r</i>)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 0,1000	Sangat Kuat

Tabel 3.1 : Tingkat Korelasi dan Tingkat Hubungan

6. Analisis regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau pun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.³⁷ Dalam penelitian ini persamaan regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh kartu Brizzi mempengaruhi kepuasan masyarakat dalam bertransaksi di Kelurahan Bilokka Kabupaten Sidrap. Dalam hal ini menggunakan regresi sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan umum regresi linear sederhana sebagai berikut.

Analisis regresi didasarkan pada variabel dependen dan variabel independen fungsional atau kausal. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = Nilai *intercept* (konstan)

b = koefisien arah regresi

³⁷Sugiono. *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung:Alvabeta,2014),h.261.

Harga a dihitung dengan rumus :
$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Harga b dihitung dengan rumus :
$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

7. Uji Parsial (Uji t)

Uji T-statistik dan uji parametrik (uji korelasi) dilakukan. Hal ini menggambarkan jika masing-masing variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki pengaruh. Rumusnya adalah:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi *pearson*

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

8. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi menyebabkan perubahan pada variabel Y, yang datanya sebesar koefisien korelasi dari variabel X. Koefisien determinan ini menggambarkan besarnya pengaruh satu variabel (variabel X) terhadap naiknya nilai variabel lain (variabel Y). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

D = Nilai koefisiensi determinasi

r = Nilai koefisiensi korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi Data

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 96 responden. Profil responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	36	37.5	37.5	37.5
	Laki-laki	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Berdasarkan table 4.1 diatas, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau dari jenis kelamin, sampel keseluruhan meliputi perempuan sebanyak 36 orang (37,5%), selebihnya laki-laki sebanyak 60 orang (62,5%). Hal ini menunjukkan bahwa di kalangan responden laki-laki lebih banyak yang menggunakan kartu Brizzi dibandingkan perempuan.

2. Karakteristik berdasarkan usia sebagai berikut

Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia responden

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20	41	42.7	42.7	42.7
	21-25	43	44.8	44.8	87.5
	26-30	9	9.4	9.4	96.9
	31-35	2	2.1	2.1	99.0
	36>	1	1.0	1.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden dengan presentase 42,7% dengan usia 15-20 tahun, 44,8% dengan usia 21-25, 9,4% dengan usia 26-30 tahun, 2,1% dengan usia 31-35 tahun, dan 1.0% dengan usia diatas 36 tahun. Dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden yang berusia 21-25 tahun.

3. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir responden

PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	9	9.4	9.4	9.4
	SMA	76	79.2	79.2	88.5
	SARJANA	11	11.5	11.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 9 orang dengan presentase 9,4%. 79,2% dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 76 orang. 11,5% dengan pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 11 orang. Dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden yang berpendidikan terakhir SMA.

4. Karakteristik berdasarkan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR	41	42.7	42.7	42.7
	KARYAWAN	13	13.5	13.5	56.3
	WIRASWASTA	30	31.3	31.3	87.5
	TNI	1	1.0	1.0	88.5
	LAINNYA	11	11.5	11.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Tabel diatas memperlihatkan bahwa 42,7% atau 41 responden bekerja sebagai Pelajar/mahasiswa, 13,5% atau 13 responden bekerja sebagai Karyawan, 31,3% atau 30 responden bekerja sebagai Wiraswasta, 1,0% atau 1 responden bekerja sebagai TNI, 11,5% atau 11 responden bekerja sebagai Lainnya.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel X

Variabel Kualitas Produk (X)							
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena kinerjanya sebagai alat pembayaran yang cepat.	31	47	18	0	0	397
2.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena tidak perlu memberikan informasi kartu Debit atau kartu Kredit dalam bertransaksi.	23	53	19	1	0	386
3.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena untuk mengurangi resiko terjadinya pencurian data pribadi dan juga	31	41	18	5	1	336

	mengurangi resiko penipuan.						
4.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena salah satu keistimewaannya terdapat banyak promo menarik.	16	38	25	12	5	392
5.	Kartu Brizzi Bank BRI merupakan alat pembayaran nontunai yang praktis.	32	44	16	4	0	410
6.	Kartu Brizzi Bank BRI mudah dibawa kemana-mana.	36	51	8	1	0	389
7.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena berhasil menjalankan fungsinya sebagai alat pembayaran nontunai.	26	49	21	0	0	385
8.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI yang merupakan salah satu faktor pendorong terhadap efesiensi dalam melakukan transaksi.	23	52	20	1	0	396
9.	Transaksi menggunakan kartu Brizzi dapat meminimalkan waktu saya dibandingkan transaksi dengan uang tunai.	32	48	13	2	1	376
10.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena fungsinya sesuai dengan harapan saya sebagai alat pembayaran.	25	44	23	2	2	400
11.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena bisa melakukan top up dimana pun.	34	45	16	1	0	395
12.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi karena tidak berbunga	33	43	18	2	0	396
13.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena tidak mempunyai masa berlaku dan dapat terus digunakan selama kartu masih terbaca.	35	42	16	2	1	247
14.	Kartu Brizzi memiliki daya tahan yang baik.	11	6	23	43	13	369
15.	Kartu Brizzi mudah patah.	26	40	22	5	3	374
16.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena tampilan dan desainnya yang	26	36	32	2	0	381

	cukup menarik.						
17.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena desainnya bisa costum sendiri.	26	43	25	2	0	373
18.	Saya memilih kartu Brizzi karena visualisasinya yang terlihat menarik dari sudut pandang dekat maupun jauh.	18	50	27	1	0	373

Berdasarkan tabel 4.5 distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas produk (X) diperoleh data terdiri dari 18 item pernyataan dengan 96 responden. Diantaranya sebagai berikut:

- a. Butir pernyataan ke-1, memiliki 18 responden menjawab 'netral', 47 responden menjawab 'setuju', 31 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 397, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI kinerjanya sebagai alat pembayaran yang cepat.
- b. Butir pernyataan ke-2, memiliki 1 responden menjawab 'tidak setuju', 19 responden menjawab 'netral', 53 responden menjawab 'setuju', 23 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 386, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI tidak perlu memberikan informasi kartu Debit atau kartu Kredit dalam bertransaksi.
- c. Butir pernyataan ke-3, memiliki 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 5 responden menjawab 'tidak setuju', 18 responden menjawab 'netral', 41 responden menjawab 'setuju', 31 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 336, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI mengurangi resiko terjadinya pencurian data pribadi dan juga mengurangi resiko penipuan.
- d. Butir pernyataan ke-4, memiliki 5 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 12 responden menjawab 'tidak setuju', 25 responden menjawab 'netral', 38

- responden menjawab ‘setuju’, 16 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 392, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI terdapat salah satu keistimewaannya yaitu banyak promo menarik.
- e. Butir pernyataan ke-5, memiliki 4 responden menjawab ‘tidak setuju’, 16 responden menjawab ‘netral’, 44 responden menjawab ‘setuju’, 32 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 410, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI merupakan alat pembayaran nontunai yang praktis.
 - f. Butir pernyataan ke-6, memiliki 1 responden menjawab ‘tidak setuju’, 8 responden menjawab ‘netral’, 51 responden menjawab ‘setuju’, 36 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 389, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI mudah dibawa kemana-mana.
 - g. Butir pernyataan ke-7, memiliki 21 responden menjawab ‘netral’, 49 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 385, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI berhasil menjalankan fungsinya sebagai alat pembayaran nontunai.
 - h. Butir pernyataan ke-8, memiliki 1 responden menjawab ‘tidak setuju’, 20 responden menjawab ‘netral’, 52 responden menjawab ‘setuju’, 23 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 396, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI merupakan salah satu faktor pendorong terhadap efisiensi dalam melakukan transaksi.
 - i. Butir pernyataan ke-9, memiliki 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 13 responden menjawab ‘netral’, 48 responden menjawab ‘setuju’, 32 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 376, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas

produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI dapat meminimalkan waktu dalam bertransaksi dibandingkan transaksi dengan uang tunai.

- j. Butir pernyataan ke-10, memiliki 2 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 23 responden menjawab ‘netral’, 44 responden menjawab ‘setuju’, 25 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 400, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI berfungsi sesuai harapan responden sebagai alat pembayaran.
- k. Butir pernyataan ke-11, memiliki 1 responden menjawab ‘tidak setuju’, 16 responden menjawab ‘netral’, 45 responden menjawab ‘setuju’, 34 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 395, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI bisa top up dimana pun.
- l. Butir pernyataan ke-12, memiliki 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 18 responden menjawab ‘netral’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 33 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 396, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI tidak berbunga.
- m. Butir pernyataan ke-13, memiliki 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 16 responden menjawab ‘netral’, 42 responden menjawab ‘setuju’, 35 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 247, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI tidak mempunyai masa berlaku dan dapat terus digunakan selama kartu masih terbaca.
- n. Butir pernyataan ke-14, memiliki 13 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 43 responden menjawab ‘tidak setuju’, 23 responden menjawab ‘netral’, 6 responden menjawab ‘setuju’, 11 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 369, yang artinya kebanyakan responden tidak setuju

bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI memiliki daya tahan yang baik.

- o. Butir pernyataan ke-15, memiliki 3 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 5 responden menjawab ‘tidak setuju’, 22 responden menjawab ‘netral’, 40 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 374, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI mudah patah.
- p. Butir pernyataan ke-16, memiliki 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 32 responden menjawab ‘netral’, 36 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 381, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI tampilan dan desainnya yang cukup menarik.
- q. Butir pernyataan ke-17, memiliki 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 25 responden menjawab ‘netral’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 373, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI desainnya bisa costum sendiri.
- r. Butir pernyataan ke-18, memiliki 1 responden menjawab ‘tidak setuju’, 27 responden menjawab ‘netral’, 50 responden menjawab ‘setuju’, 18 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 373, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kualitas produk kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI visualisasinya yang terlihat menarik dari sudut pandang dekat maupun jauh.

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Y

Variabel Kualitas Produk (X)							
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Penggunaan kartu Brizzi memiliki resiko-resiko yang rendah sehingga mampu mendorong saya untuk	25	40	28	3	0	375

	menggunakannya.						
2.	Saya merasa terus menerus akan menggunakan kartu Brizzi	16	21	40	16	3	319
3.	Dengan menggunakan kartu Brizzi pengguna tidak perlu repot membawa banyak uang tunai	27	51	15	2	1	389
4.	Mempermudah pengguna dikarenakan kartu Brizzi dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit	32	48	13	1	2	395
5.	Penerbit menjamin kerahasiaan dan kepastian perlindungan hak data pribadi dalam melakukan transaksi pada kartu Brizzi	31	47	16	2	0	395
6.	Saya merasa puas dengan vitur layanan yang dihadirkan oleh kartu Brizzi.	27	45	22	1	1	384
7.	Saya tidak memiliki keluhan terhadap penggunaan kartu Brizzi karena sistem transaksinya lancar, mudah, dan nyaman bagi saya dalam bertransaksi	23	48	21	2	2	376
8.	Saya tidak lagi pusing memikirkan uang kembali saat melakukan transaksi	31	46	18	0	1	394
9.	Kelengkapan vitur kartu Brizzi dalam bertransaksi membuat penggunanya merasa nyaman.	26	46	20	3	1	381

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk variabel kepuasan pengguna (Y) diperoleh data terdiri dari 9 item pernyataan dengan 96 responden. Diantaranya sebagai berikut:

- a. Butir pernyataan ke-1, memiliki 3 responden menjawab ‘tidak setuju’, 47 responden menjawab ‘netral’, 40 responden menjawab ‘setuju’, 25 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 375, yang artinya kebanyakan responden netral bahwa kepuasan pengguna kartu Brizzi yang dikeluarkan

oleh Bank BRI memiliki resiko-resiko yang rendah sehingga mampu mendorong responden untuk menggunakannya.

- b. Butir pernyataan ke-2, memiliki 3 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 16 responden menjawab 'tidak setuju', 40 responden menjawab 'netral', 21 responden menjawab 'setuju', 16 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 319, yang artinya kebanyakan responden netral terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI sehingga responden akan terus menerus menggunakan kartu Brizzi.
- c. Butir pernyataan ke-3, memiliki 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 2 responden menjawab 'tidak setuju', 15 responden menjawab 'netral', 51 responden menjawab 'setuju', 27 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 389, yang artinya kebanyakan responden setuju terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh Bank BRI sehingga tidak perlu repot membawa banyak uang tunai.
- d. Butir pernyataan ke-4, memiliki 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 1 responden menjawab 'tidak setuju', 13 responden menjawab 'netral', 48 responden menjawab 'setuju', 32 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 395, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa kartu Brizzi dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit.
- e. Butir pernyataan ke-5, memiliki 2 responden menjawab 'tidak setuju', 16 responden menjawab 'netral', 47 responden menjawab 'setuju', 31 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 395, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa penerbit menjamin kerahasiaan dan kepastian perlindungan hak data pribadi dalam melakukan transaksi pada kartu Brizzi.
- f. Butir pernyataan ke-6, memiliki 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju', 1 responden menjawab 'tidak setuju', 22 responden menjawab 'netral', 45 responden menjawab 'setuju', 27 responden menjawab 'sangat setuju'. Total skor yaitu 384, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa responden puas dengan fitur layanan yang dihadirkan oleh kartu Brizzi.

- g. Butir pernyataan ke-7, memiliki 2 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, 21 responden menjawab ‘netral’, 48 responden menjawab ‘setuju’, 23 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 376, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa tidak ada keluhan terhadap penggunaan kartu Brizzi karena sistem transaksinya lancar, mudah, dan nyaman bagi responden dalam bertransaksi.
- h. Butir pernyataan ke-8, memiliki 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 18 responden menjawab ‘netral’, 46 responden menjawab ‘setuju’, 31 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 394, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa responden tidak lagi pusing memikirkan uang kembali saat melakukan transaksi.
- i. Butir pernyataan ke-9, memiliki 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’, 3 responden menjawab ‘tidak setuju’, 20 responden menjawab ‘netral’, 46 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘sangat setuju’. Total skor yaitu 381, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa tidak ada keluhan terhadap penggunaan kartu Brizzi bahwa kelengkapan fitur kartu Brizzi dalam bertransaksi membuat penggunanya merasa nyaman.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur objek yang diukur. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Correlated Item Total Correlation*, dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dimana:

- a. Jika r hitung (tabel *corrected item total correlation*) $>$ r tabel (tabel *product moment*) maka data dikatakan valid.
- b. Jika r hitung (tabel *corrected item total correlation*) $<$ r tabel (tabel *product moment*) maka data dikatakan tidak valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Kualitas Produk (X)	1	0,7260	0,2006	Valid
	2	0,7260	0,2006	Valid
	3	0,6460	0,2006	Valid
	4	0,5830	0,2006	Valid
	5	0,7220	0,2006	Valid
	6	0,6350	0,2006	Valid
	7	0,7720	0,2006	Valid
	8	0,8400	0,2006	Valid
	9	0,6600	0,2006	Valid
	10	0,7590	0,2006	Valid
	11	0,7690	0,2006	Valid
	12	0,7130	0,2006	Valid
	13	0,7100	0,2006	Valid
	14	0,2170	0,2006	Valid
	15	0,2680	0,2006	Valid
	16	0,6240	0,2006	Valid
	17	0,6160	0,2006	Valid
	18	0,7090	0,2006	Valid

Kolom *Corrected Item-Total Corelation* merupakan korelasi antara skor item yang dapat digunakan untuk menguji validitas instrumen. Untuk menguji validitas, butir pertanyaan tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf $\alpha = 5\%$ dengan $N = 96$ ($df = N-2$) yaitu $N = 94$, sehingga r_{tabel} sebesar 0.2006. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari hasil uji validitas Kualitas Produk

(X) keseluruhan menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dapat disimpulkan bahwa setiap angket/questioner variabel (X) dinyatakan valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Kepuasan Pengguna (Y)	1	0,6860	0,2006	Valid
	2	0,5710	0,2006	Valid
	3	0,8050	0,2006	Valid
	4	0,7850	0,2006	Valid
	5	0,8200	0,2006	Valid
	6	0,8860	0,2006	Valid
	7	0,8360	0,2006	Valid
	8	0,7880	0,2006	Valid
	9	0,7910	0,2006	Valid

Kolom *Corrected Item-Total Corelation* merupakan korelasi antara skor item yang dapat digunakan untuk menguji validitas instrumen. Untuk menguji validitas, butir pertanyaan tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf $\alpha = 5\%$ dengan $N = 96$ ($df = N-2$) yaitu $N = 94$, sehingga r_{tabel} sebesar 0.2006. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari hasil uji validitas kepuasan Pengguna (Y) keseluruhan menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dapat disimpulkan bahwa setiap angket/questioner variabel (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas alat ukur secara internal yaitu uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan *reliabel* dengan menggunakan teknik ini, jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji reabilitas adalah:

- a. Jika $\alpha > r$ tabel maka dikatakan konsisten (reliabel)
- b. Jika $\alpha < r$ tabel maka dikatakan tidak konsisten (tidak reliabel)

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	18

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari 18 item pernyataan adalah sebesar 0,908, dimana $\alpha (0,908) > (0,60)$. Dengan demikian, dapat di simpulkan bahwa pernyataan dalam kuisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat digunakan untuk pengukuran data.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	9

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari 9 item pernyataan adalah sebesar 0,911, dimana $\alpha (0,911) > (0,60)$. Dengan demikian, dapat di simpulkan bahwa pernyataan dalam kuisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat digunakan untuk pengukuran data.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bagian penting dari pengujian analisis data, yang berarti bahwa sebaran data penelitian harus diuji normalitasnya sebelum dianalisis lebih lanjut, mode regresi dikatakan baik apabila berdistribusi dengan normal atau mendekati normal maka perlu dilakukan uji normalitas data. Teknik uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Metode kolmogrov-smirnov berfungsi pembandingan beberapa data dalam sampel dengan distribusi normal untuk serangkaian nilai dengan mean dan standar deviasi yang sama.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42845358
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.057
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.507

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumberdata: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Hasil uji normalitas diatas menerangkan bahwa nilai signifikansi $0,507 > 0,05$. Sehingga kesimpulannya yaitu nilai residual terdistribusi normal. dengan demikian hasil dari uji normalitas dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna karena telah memenuhi asumsi normalitas.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji One Sample T-test

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi. Dasar pengambilan keputusan *One Sampel T-test*:

- a. Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- b. Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai t:

- a. Jika nilai t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- b. Jika nilai t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Tabel 4.12 Tabel Klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80,01% - 100%	Sangat Baik
68,01% - 84,00%	Baik
52,01% - 68,00%	Cuku
36,01% - 52,00%	Buruk
20,00% - 36,00%	Sangat Buruk

Tabel 4.13 Hasil Uji *One Sampel T-test* Variabel Kualitas Produk (X)

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KUALITAS PRODUK	74.177	95	.000	3.92719	3.8221	4.0323

Sumberdata: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Skor ideal untuk Kualitas Produk (X) yaitu $5 \times 18 \times 96 = 8.640$ (5 = skor tertinggi, 18 = jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka

diperoleh nilai rata-rata $8.640 : 100 = 86,4$. Hasil uji *one sample t test* diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 74,177 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n-1$ ($96-1 = 95$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $74,177 > t$ table 1,661, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dan Nilai (2 tailed) $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dari perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kualitas produk = 86,4% dari yang diharapkan. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan adalah 8.640. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai diperoleh 6.786 atau 78.54 % dari skor ideal. Dengan demikian kualitas produk berada pada kategori baik.

Tabel 4.14 Hasil Uji *One Sampel T-test* Variabel Kepuasan pengguna (Y)

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KEPUASAN	60.349	95	.000	3.94521	3.8154	4.0750

Skor ideal untuk kepuasan pengguna (Y) yaitu $5 \times 9 \times 96 = 4.320$ (5 = skor tertinggi, 9 = jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata $4.320 : 100 = 43,2$. Hasil uji *one sample t test* diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 60.349 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n-1$ ($96-1 = 95$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $60.349 > t$ table 1,661, maka H_0 ditolak dan

H_1 diterima. dan Nilai (2 tailed) $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dari perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kepuasan pengguna = 43,2% dari yang diharapkan. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan adalah 4.320. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai diperoleh 3.408 atau 78.88 % dari skor ideal. Dengan demikian kepuasan pengguna kartu Brizzi dalam bertransaksi berada pada kategori baik.

2. Uji Korelasi Parsial *Pearson Product Moment*

Uji Korelasi Parsial *Pearson Product Moment* dilakukan untuk mrngetahui apakah ada hubungan antara kedua variabel terikat dan variabel bebas, Dengan metode ini peneliti dapat mengetahui jenis dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Adapun variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas Produk sedangkan variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna.

H_0 = Kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi tidak berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.

H_1 = Kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap.

Adapun dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat korelasi.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi.
- c. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

d. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.15 Hasil Korelasi Pearson Product Moment

Berdasarkan Nilai Signifikansi Sig. (2-tailed): dari tabel 4.14 diatas

Correlations

		KUALITAS PRODUK	KEPUASAN PENGGUNA
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
KEPUASAN PENGGUNA	Pearson Correlation	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara Kualitas Produk (X) dengan Kepuasan Pengguna (Y) adalah $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X) dengan variabel Kepuasan Pengguna (Y).

Berdasarkan Nilai r hitung (pearson correlation): diketahui nilai r hitung untuk hubungan Kualitas Produk (X) dengan Kepuasan Pengguna (Y) adalah sebesar $0,640 > r_{tabel} 0,200$ taraf signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi antara variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Pengguna. Karena r hitung atau pearson correlations dalam analisis ini bernilai positif maka itu artinya hubungan kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya Kualitas Produk maka akan meningkat pula Kepuasan Pengguna. Untuk mengetahui derajat hubungan pada uji korelasi dapat dilihat pada pedoman keertian sebagai berikut:

Tabel 4.16 Tabel Interval Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Dapat dilihat pada tabel 4.16 Interpretasi terhadap koefisien korelasi untuk mengetahui hubungan pada uji korelasi dapat disimpulkan bahwa terdapat tingkat hubungan yang kuat variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka Sidrap.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.602	3.484		2.182	.032
	KUALITAS PRODUK	.395	.049	.640	8.077	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Persamaan regresi linier sederhana secara umum adalah:

$$Y = a + \beta x + e$$

Nilai a sebesar 7,602 angka ini merupakan angka constant yang mempunyai arti bahwa tidak ada Kualitas Produk (X) maka nilai konsistensi regresi Kepuasan Pengguna (Y) adalah 7,602. Sedangkan β merupakan angka koefisien regresi dimana nilai β sebesar 0,395 angka ini mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Produk (X), maka Kepuasan Pengguna (Y) akan meningkat sebesar 0,395. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

A	7,602	Persamaan Regresi
B	0,395	$Y = 7,602 + 0,395X + e$

Dimana:

Y = Kepuasan Pengguna

X = Kualitas Produk

Regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 7,602 menunjukkan besarnya tingkat Minat Menabung adalah sebesar 7,602 jika variable Kualitas Produk (X) adalah 0 (nol).
- b. Persamaan regresi memperlihatkan bahwa variable Kualitas Produk (X), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan Kepuasan Pengguna yaitu $\beta = 0,395$ yang berarti pengaruhnya sebesar 0,395 dimana apabila Kualitas Produk naik satu satuan maka Kepuasan Pengguna akan naik sebesar 0,395 dengan asumsi variable independen yang lain konstan.

4. Uji T (Parsial)

Uji parsial dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen secara individu (parsial) mempengaruhi variabel dependen ini berarti menjelaskan kualitas pelayanan jasa secara terpisah mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Tabel 4.18 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.602	3.484		2.182	.032
	KUALITAS PRODUK	.395	.049	.640	8.077	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji T adalah:

1. Berdasarkan nilai signifikansi

- a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka .
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka .

Hasil output SPSS diatas, diketahui nilai signifikansi variabel kualitas produk (X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai $\text{sig} 0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka .

2. Berdasarkan nilai T hitung dengan T tabel

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pengguna (Y) kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pengguna (Y) kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka.

Nilai Signifikansi dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 7,602.

Dalam mencari t_{tabel} , adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$ttabel = (a/2 ; df)$$

$$ttabel = (0,05/2 ; n-2)$$

$$ttabel = (0,025 ; 96-2)$$

$$ttabel = (0,025 ; 94) \text{ (Dilihat pada tabel distribusi bila t tabel)}$$

$$ttabel = 1,9855$$

Diketahui bahwa $t_{hitung} 7,602 > t_{tabel} 1,9855$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pengguna (Y) kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka.

5. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel promosi produk (independen) terhadap variabel minat menabung (dependen). Dikatakan baik jika nilai r square diatas 0,5 karena r square berkisar 0-1. Dalam hal ini kita mengacu pada nilai R square yang terdapat dalam hasil analisis regresi linear sederhana, yakni pada tabel “Model Summary” berikut ini.

Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.403	4.452

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

Sumber data: Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa R square atau koefisien determinasi sebesar 0,410 dan nilai Adjustd R square sebesar 0,403 atau 40,3% maka dapat disimpulkan bahwa tingkat korelasi dan kekuatan hubungan dengan nilai R tersebut memiliki tingkat hubungan moderat.

Berdasarkan tabel 4.19 *Model Summary* dapat diketahui nilai R square 0,410. Nilai ini memiliki arti bahwa 41,0% kepuasan pengguna (Y) dipengaruhi kualitas produk (X) dan 59,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas produk kartu Brizzi dalam bertransaksi.

Uji *one sample t test* diperoleh nilai t hitung sebesar 74,177 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1$ ($96 - 1 = 95$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $74,177 > t$ table 1,661, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dan Nilai (2 tailed) $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kualitas produk = 86,4% dari yang diharapkan. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan adalah 8.640. Dari perhitungan dalam tabel

menunjukkan nilai diperoleh 6.786 atau 78.54 % dari skor ideal. Dengan demikian kualitas produk berada pada kategori baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Kotler dan Armstrong (2008), “Kualitas didefinisikan sebagai karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten”

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Abdulloh Majid (2019), bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tempe barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Tenrambang Jawa Tengah. Besarnya pengaruh dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,464 yang menunjukkan pengaruhnya positif. Hal ini berarti kualitas produk yang semakin baik mengakibatkan kepuasan konsumen juga baik, begitu pula dengan kualitas produk yang semakin rendah maka kepuasan konsumen juga akan menurun.

Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna yang menghasilkan. Yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.

Firman Allah Swt dalam Al-quran surah Al- Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٧٨﴾

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.³⁸

Menurut Syaikh Imam Al-qurtubi makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah Saw.

2. Tingkat Kepuasan Pengguna Kartu Brizzi dalam Bertransaksi

Hasil uji one sample t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 60.349 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan dk= n-1 (96-1 = 95) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung 60.349 > t table 1,661, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dan Nilai (2 tailed) < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kepuasan pengguna = 43,2% dari yang diharapkan. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan adalah 4.320. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai diperoleh 3.408 atau 78.88 % dari skor ideal. Dengan demikian kepuasan pengguna kartu Brizzi dalam bertransaksi berada pada kategori baik.

³⁸Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h. 25.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Kotler (2002), Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai suatu tingkat perasaan seseorang pengguna sebagai hasil perbandingan antara harapan pengguna tersebut akan sebuah produk dengan hasil nyata yang diperoleh si pengguna dari produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Abdulloh Majid (2019), bahwa kapuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk tempe barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Tenrambang Jawa Tengah. Besarnya pengaruh dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,464 yang artinya variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 46%. Hal ini berarti kualitas produk yang semakin baik mengakibatkan kepuasan konsumen juga baik, begitu pula dengan kualitas produk yang semakin rendah maka kepuasan konsumen juga akan menurun.

Dalam Islam dijelaskan bahwa kepuasan pengguna didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Qur'an telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 83 sebagai berikut:

وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِّنْ عِندِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِّمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِن قَبْلُ يَسْتَفْتِحُونَ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا
فَلَمَّا جَاءَهُمْ مَا عَرَفُوا كَفَرُوا بِهِ فَلَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَافِرِينَ ﴿٨٣﴾

Terjemahnya :

“dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan

tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil dari pada kamu, dan kamu selalu berpaling.”³⁹

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan “Dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.” Artinya ucapkanlah kepada mereka ucapan yang baik dan sikap yang lembut. Termasuk dalam hal ini adalah amar ma’ruf nahi munkar. Sebagaimana dikatakan oleh Hasan al- Bashri mengenai firman-Nya ini: “Termasuk ucapan yang baik adalah menyuruh berbuat baik dan mencegah berbuat munkar, bersabar, suka memberi maaf, serta berkata kepada manusia dengan ucapan yang baik, sebagaimana firman Allah di atas, Ayat 89 tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan dengan sikap yang baik. Hal ini akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah nasabah merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah akan berdampak positif bagi lembaga keuangan, karena akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada lembaga bersangkutan.

3. Hubungan kualitas produk kartu Brizzi dengan kepuasan masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kualitas produk kartu Brizzi yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan kartu Brizzi. Kualitas produk yang dikeluarkan oleh pihak Bank BRI memberikan kesan tersendiri kepada Masyarakat Kelurahan Bilokka untuk menjadi pengguna kartu Brizzi. Perusahaan yang memperhatikan Kualitas produk akan mendapat *feedback* yang baik di mata penggunanya dan akan

³⁹ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h.8.

memberikan pengaruh yang baik sehingga dapat meningkatkan pengguna kartu Brizzi.

Tabel *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara kualitas produk (X) terhadap Kepuasan masyarakat (Y). Nilai koefisien korelasi 0,640 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara Kualitas produk dan kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka . Pernyataan diatas juga diperkuat oleh tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0,60 – 0,799 menandakan bahwa kekuatan hubungan kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas produk terhadap Kepuasan pengguna sebesar 0,640 yang berarti hubungan keduanya kuat. Karena pearson correlations dalam analisis ini bernilai positif maka itu artinya hubungan kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya Kualitas Produk maka akan meningkat pula Kepuasan Pengguna.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Abdullah Majid (2019), dari hasil pengujian hipotesis dapat di indikasikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tempe barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Tenrambang Jawa Tengah. Hasil ini didukung dengan jawaban responden terhadap kuesioner kualitas produk menunjukkan pada range keempat yaitu menarik. Artinya kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen tempe barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Tenrambang Jawa Tengah.

Kualitas produk mendapat perhatian dari para produsen dalam ekonomi Islam dan konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan yang signifikan

diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya, sebab dalam ekonomi konvensional produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu seringkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang di timbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampilkan barang yang buruk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin. Firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾

Terjemahnya:

“Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun”⁴⁰.

Ayat di atas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa diantara hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalasnya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai dengan kualitas amal mereka, tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya. Berdasarkan keterangan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah satu-satunya cara yang mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah

⁴⁰Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h. 526.

mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqh Umar Radhiyallahu Anhu yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya:

- a. Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan “perbaguslah adonan roti, karena dia salah satu cara mengembangkannya”, Artinya perbaguslah roti dan perhaluslah karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
- b. Umar Radhiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan “janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit dan mengaduknya dengan centongnya, sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan membantunya untuk tidak mengeriting”.

4. Pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dengan kepuasan masyarakat.

Hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan SPSS diperoleh hasil pengujian secara parsial atau uji t yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara kualitas produk dengan kepuasan pengguna dalam menggunakan kartu Brizzi.

Artinya, kualitas produk ini sangat mempengaruhi kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka atau dengan kata lain jika kualitas produk yang dikeluarkan oleh pihak Bank BRI dapat digunakan dengan baik dan jelas terhadap

penggunanya maka kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka juga akan meningkat.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang memiliki nilai positif dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari probabilitas 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Besarnya pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan pengguna adalah 41,0%, Sedangkan 59,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Diperoleh regresi linier sederhana dari output SPSS sebagai berikut:

$$Y = a + \beta x + e$$

$$Y = 7,602 + 0,395X + e$$

Regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 7,602 menunjukkan besarnya tingkat Minat Menabung adalah sebesar 7,602 jika variable Kualitas Produk (X) adalah 0 (nol).
- b. Persamaan regresi memperlihatkan bahwa variable Kualitas Produk (X), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan Kepuasan Pengguna yaitu $\beta = 0,395$ yang berarti pengaruhnya sebesar 0,395 dimana apabila Kualitas Produk naik satu satuan maka Kepuasan Pengguna akan naik sebesar 0,395 dengan asumsi variable independen yang lain konstan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nelli Rizayanti (2021) dari hasil penelitiannya terbukti bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Uji Hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas dan kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya. Kualitas produk memiliki peran yang sangat penting bagi kepuasan konsumen jadi diharapkan

kepada pihak Socolatte untuk menjaga kualitas produknya serta meningkatkan kualitas produk yang lebih baik lagi sehingga kepuasan konsumen bertambah.

Kualitas Produk yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syari'at Islam. Dalam pandangan Islam, yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas produk adalah standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas bukan memberikan yang buruk kepada orang lain.

5. Kartu Brizzi dalam Perspektif Islam.

Islam adalah agama yang sempurna bagi kehidupan, baik dalam kehidupan pribadi atau kehidupan seluruh umat, dengan semua seginya seperti pemikiran, jiwa dan akhlak bahkan sampai segi kehidupan ekonomi, social, budaya maupun politik merupakan bagian dari Islam.

Oleh karena itu, kegiatan umat muslim dalam masalah ekonomi harus sesuai dengan syariat Islam. Syariat Islam adalah peraturan hidup yang datang dari Allah Swt, ia merupakan pedoman hidup yang memiliki tujuan utama yang dapat diterima oleh seluruh umat manusia. Seluruh kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia disebut kemaslahatan. Dalam masalah kemaslahatan, sangat erat kaitanya dengan maqashid syariah. Hal ini

membuktikan bahwa dalam pandangan Islam, motivasi manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi adalah memenuhi kebutuhannya, dalam arti memperoleh kemaslahatan di dunia dan di akhirat.

Manusia sebagai pelaku ekonomi sekaligus tugasnya sebagai khalifah di bumi diberi aturan dan nikmat dari Allah Swt. Aturan yang dimaksudkan agar terjamin kemaslahatan kebutuhannya sepanjang hidup di dunia baik yang menyangkut kemaslahatan agama, jiwa, akal, keturunan maupun harta benda. Aturan itu diperlukan untuk mengolah segala sarana dan prasarana kehidupan. Disinilah titik temunya tingkat-tingkat kebutuhan manusia dalam maqasid iqtisadiyah identik dengan maqasid syari'ah.

Menurut Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar (2009), dalam memelihara atau menjaga harta ada tiga syarat penting yang harus diperhatikan, yakni: 1) Mensyaratkan bahwa harta dikumpulkan harus dengan cara yang halal, artinya tidak didapatkan dengan cara mencuri, menipu, dan lain sebagainya; 2) Harta digunakan untuk hal-hal yang halal; 3) dan dari harta ini harus dikeluarkan hak Allah dan masyarakat tempat dia hidup. Setelah ketiga syarat terpenuhi barulah seseorang dapat menikmati hartanya dengan sepenuh hati, namun tanpa adanya pemborosan karena pemborosan merupakan hal berbanding terbalik dengan hifdzul mal.

Sejalan dengan kemajuan teknologi, manusia terus berinovasi dengan berbagai terobosan agar semua aktivitas manusia dapat terlaksana dengan mudah. Kartu Brizzi sebagai uang elektronik muncul sebagai inovasi baru yang menjawab kebutuhan masyarakat terhadap instrument pembayaran mikro yang dapat melakukan proses pembayaran supaya lebih cepat, efisien dan aman.

Secara sederhana, transaksi uang elektronik dimulai ketika pemegang menukarkan uang tunai kepada penerbit (*Issuer*), kemudian penerbit akan memberikan uang elektronik kepada pemegang dengan nilai yang sama jumlahnya dengan uang yang disetorkan oleh pemegang kepada penerbit. Setelah pemegang mendapatkan uang elektronik, pemegang dapat menggunakannya untuk transaksi pembayaran kepada pedagang (*Merchant*).

Kesesuaian uang elektronik dengan prinsip menjaga harta dalam maqashid syariah dapat dibuktikan dengan uraian berikut ini:

Pertama, kemanan dalam penggunaan kartu Brizzi terjamin hal ini terjadi karena kartu Brizzi dilindungi dengan sistem keamanan yang lengkap. Kedua, kehalalan uang elektronik terjamin. Hal ini dapat dibuktikan dengan terhindarnya kartu Brizzi dari hal-hal yang tidak dibenarkan oleh syara, seperti terhindar dari Riba. Transaksi dalam kartu Brizzi pada dasarnya merupakan transaksi jual beli/tukar menukar barang ribawi, yaitu tukar menukar uang tunai dengan uang elektronik dalam bentuk kartu Brizzi. Pertukaran uang tunai dengan uang elektronik harus sama jumlahnya, jika jumlahnya tidak sama maka uang elektronik tergolong dalam bentuk riba al-fadl, yaitu tambahan yang diperoleh dari salah satu dari dua barang yang ditukarkan dalam pertukaran barang sejenis. Agar uang elektronik dalam hal ini kartu Brizzi tidak mengandung riba, tentunya pada saat pertukaran uang tunai dengan uang elektronik jumlahnya harus sama.

Hal ini sejalan dengan Peraturan Bank Indonesia (2014) Nomor 16/8/PBI/2014, Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), Pasal 13 ayat 1

yang berbunyi: “Penerbit dilarang menerbitkan uang elektronik dengan nilai uang elektronik yang lebih besar atau lebih kecil dari nilai uang yang disetorkan kepada Penerbit”. Peraturan ini membuat uang elektronik terhindar dari riba al-fadl.

Selain itu, pertukaran antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus dilakukan secara tunai, jika tidak maka tergolong kepada riba al-nasiah. Kartu Brizzi juga terhindar dari Maysir karena penyelenggaraannya didasarkan karena kebutuhan instrumen pembayaran yang dapat bekerja dengan cepat dan tepat, tidak didasarkan untuk kebutuhan transaksi yang mengandung Maysir, terhindar dari penipuan seperti uang palsu serta dalam transaksinya dilakukan dengan adanya kerjasama yang baik antara penerbit dengan pemegang dan pedagang, serta dengan adanya transparansi pengelolaan dana float membuktikan bahwa penyelenggaraan uang elektronik telah terhindar dari penipuan dimana tidak ada pihak yang dirugikan.

Selain terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh syara’, kehalalan uang elektronik juga didukung dengan akad yang jelas karena transaksi uang elektronik dilakukan dengan tanpa adanya paksaan dan dilakukan dengan prosedur yang telah sesuai hukum Islam yakni dilakukan dengan langsung dan tidak mengandung riba seperti pernyataan sebelumnya.

Kemudian uang elektronik juga sesuai dengan konsep uang dalam Islam hal ini dapat dibuktikan dengan fungsi- fungsi uang dalam Islam uang terdapat di dalam uang elektronik. Yakni uang elektronik difungsikan khusus sebagai media transaksi perdagangan baik barang maupun jasa dan uang elektronik bukan media untuk menimbun harta kekayaan. Hal tersebut dapat diperjelas

dengan adanya pembatasan nilai uang pada media elektronik yang relatif kecil. Karena fungsinya bukan sebagai simpanan (menimbun kekayaan) sehingga uang elektronik tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin.

Dengan pernyataan di atas kita dapat mengetahui bahwa fungsi uang khususnya fungsi uang dalam Islam, terdapat dalam uang elektronik yang mempunyai fungsi sebagai standar ukuran harga, dan sebagai media pertukaran (alat pembayaran). Uang elektronik sebagai standar ukuran harga dapat dibuktikan dengan berkurangnya nilai uang elektronik apabila digunakan untuk transaksi yang kemudian dengan berkurangnya nilai tersebut, standar ukuran harga suatu produk dapat diketahui. Sedangkan fungsi uang sebagai media pertukaran dapat dibuktikan dengan fungsi uang elektronik itu sendiri sebagai mana yang telah disebutkan.

Kandungan Maqasid Syari'ah atau tujuan hukum adalah untuk kemaslahatan ummat manusia. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa kemaslahatan merupakan tujuan atau hasil yang diraih oleh Maqasid Syari'ah. Adapun kemaslahatan dalam uang elektronik (Kartu Brizzi), dapat dilihat dari keunggulan-keunggulan uang elektronik (Kartu Brizzi) berikut ini:

Pertama, Transaksi lebih cepat karena dengan menggunakan uang elektronik waktu dalam bertransaksi akan lebih cepat karena transaksi dapat dilakukan tanpa harus menginput pin dan tanda tangan karena transaksi dilakukan dengan cara off-line. Kedua, Transaksi dengan uang elektronik lebih mudah ketimbang transaksi dengan menggunakan alat transaksi lain. Karena layanan integrasi agen, kartu, aplikasi dan website dapat diakses dengan layanan online sehingga tidak perlu repot-repot ke bank atau ke kantor pos. Ketiga, Efisiensi, transaksi

dengan kartu Brizzi akan terasa lebih cepat dan nyaman karena pemegang kartu Brizzi tidak perlu bersusah payah untuk membawa uang tunai dalam jumlah yang besar, tidak perlu menyediakan uang pas untuk suatu transaksi tertentu, dan pemegang tidak perlu menyimpan uang receh (pengembalian).

Selain itu, dengan menggunakan kartu Brizzi kesalahan dalam menghitung kembalian dari suatu transaksi tidak akan terjadi. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik dapat meminimalisir bahkan menghilangkan kemadharatan yang terjadi akibat penggunaan uang tunai. Dengan pernyataan di atas, terbukti bahwa uang elektronik mendatangkan kemaslahatan karena bertransaksi dengan uang elektronik waktu transaksi akan lebih cepat sehingga kemadharatan seperti antrian panjang yang biasanya terjadi di jalan tol atau di tempat perbelanjaan dapat dihindari, dengan kartu Brizzi transaksi akan terasa lebih mudah, dan dengan kartu Brizzi kita tidak perlu repot-repot menyiapkan uang tunai yang pas atau menyiapkan uang receh dalam transaksi jual beli.

Implikasi perspektif ekonomi islam dalam kualitas produk terhadap kepuasan pengguna kartu Brizzi, dilihat dari dimensi kualitas produk yang digunakan dalam menganalisis karakteristik kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Yaitu bentuk nyata dari nilai, kepercayaan, dan pemahaman yang dianut serta dilandasi prinsip-prinsip moral yang kuat dan dapat menjadi motivasi untuk melahirkan karya bermutu. Sedangkan menurut islam kinerja merupakan bentuk atau cara individu dalam mengaktualisasikan diri.

Allah Swt berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Fath ayat 29 yang

berbunyi:

حُمَدُ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ تَرَاهُمْ رُكَّعًا
 سُجَّدًا يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِّنْ أَثَرِ
 السُّجُودِ ذَلِكَ مَثَلُهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَمَثَلُهُمْ فِي الْإِنْجِيلِ كَرَرَعٍ أَخْرَجَ شَطْرَهُ
 فَفَازَرَهُ فَأَسْتَغْلَظَ فَاسْتَوَىٰ عَلَىٰ سُوْقِهِ يُعْجِبُ الزُّرَّاعَ لِيغِيظَ بِهِمُ الْكُفَّارَ
 وَعَدَّ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنْهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا

Terjemahnya:

“Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan dia bersikap keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. kamu lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah dia dan tegak lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar.”⁴¹

Ayat diatas menjelaskan bahwa tujuan seorang muslim bekerja adalah untuk mencari keridhaan Allah Swt dan mendapatkan keutamaan kualitas produk dari hasil yang diperoleh. Ketika itu terpenuhi maka hal demikian telah menjadi landasan kerja seseorang sehingga akan tercipta kinerja yang baik.

2. Keistimewaan Tambahan (*Features*)

Yaitu karakteristik pendukung atau pelengkap dari karakteristik utama suatu produk. Nah salah satu keistimewaan kartu Brizzi yang dikeluarkan oleh pihak Bank BRI yaitu untuk memiliki kartu uang elektronik ini tidak

⁴¹Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h. 515

harus menjadi nasabah Bank BRI karena dapat digunakan oleh siapa saja. Karena fleksibilitas yang ditawarkan semakin memberikan kemudahan yang didapatkan oleh penggunaannya dan bisa dapat anda pinjamkan atau dipindah tangankan pada orang terdekat atau orang yang anda percayai, Ini mungkin bisa menjadi poin tambahan saat anda menggunakan kartu ini karena disaat produk uang elektronik lainnya mengharuskan minimal top up saldo Rp.20.000 berbeda dengan kartu Brizzi hanya membebani minimal top up saldo Rp.1. Tentu ini memudahkan penggunaannya saat akan mengisi saldo yang dapat disesuaikan kebutuhan pengguna. Pernyataan ini sesuai dengan yang disebutkan dalam surah Al- Hajj ayat 78:

..... حَرَجَ مِنَ الدِّينِ فِي عَلَيْكُمْ جَعَلَ وَمَا

Terjemahnya:

“... dan tidaklah dia menjadikan bagi kalian didalam urusan agama suatu kesulitan...”⁴²

Ada berbagai cara untuk mengisi saldo kartu Brizzi sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Untuk proses pengisian saldo Brizzi bisa dibidang mudah dilakukan diantaranya bagi anda yang menjadi nasabah Bank BRI anda dapat top up kartu Brizzi di mesin ATM Bank BRI. Sedangkan bagi anda yang bukan nasabah Bank BRI tidak perlu berkecil hati anda juga bisa mengisi saldo kartu Brizzi melalui mesin EDC di gerai ritel pilihan terdekat. Kini anda juga bisa mengisi saldo Brizzi lewat aplikasi Brimo dengan menggunakan smartphone yang memiliki fitur NFC (*Near Field Communication*).

Menurut fatwa DSN MUI, uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

⁴²Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h. 341

- a. Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- c. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.
- d. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Uang elektronik pada dasarnya sama seperti uang biasa, memiliki fungsi dan nilai yang sama, namun dalam bentuk yang berbeda. Uang elektronik (Kartu Brizzi) ini bergantung pada substansi dan barang yang ditransaksikan. Jadi bisa disimpulkan, bermuamalah dengan uang elektronik adalah mubah, sah, dan halal, selama memenuhi prinsip-prinsip syariah muamalah. DSN-MUI telah merilis fatwa mengenai penggunaan uang elektronik. Namun, tetap perlu berhati-hati dalam menggunakannya dengan mengikuti batasan syariah dalam bermuamalah dan memperhatikan akad transaksi yang terjadi.

3. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu suatu kemampuan untuk memberikan produk yang dijanjikan dengan akurat, terpercaya serta memuaskan, artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Swt dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 34:

﴿مَسْئُولًا كَانَ أَلْعَهْدَ إِذْ بِالْعَهْدِ وَأَوْفُوا أَشَدَّهُ رِيْبُلُغَ حَتَّىٰ أَحْسَنُ هِيَ إِلَّا اللَّيْتِمِ مَالٍ تَقْرَبُوا وَلَا

Terjemahnya:

“dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.”⁴³

Dari penjelasan diatas ditarik kesimpulan bahwasanya dimensi kualitas produk yaitu karakteristik keandalan termasuk perspektif islam dilihat dari segi produk yang dijanjikan secara akurat terpercaya serta memuaskan, Kartu Brizzi yang dikeluarkan pihak Bank BRI berhasil menjalankan fungsinya sebagai alat pembayaran non tunai sehingga memuaskan para pengguna kartu Brizzi di Kelurahan Bilokka Sidrap, dilihat dari pernyataan pada kusioner yang menyangkut indikator keandalan rata-rata responden menjawab setuju.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*)

Sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Dimensi ini melihat kualitas produk dari sisi baik itu bentuk, ukuran, warna, dan lain-lain sesuai dengan yang diinginkan dan apakah pengoperasiannya sesuai dengan standar tertentu ataukah tidak.

Menurut karakteristik operasi dasar uang elektronik (kartu Brizzi) Terdapat banyak Jenis-jenis transaksi yang dapat ditempuh dengan menggunakannya, antara lain:

- a. Penerbitan dan pengisian ulang uang elektronik, sebelum penerbit akan mengisi nilai uang terlebih dulu ke dalam media elektronik yang akan digunakan sebagai uang elektroniknya. Kemudian apabila nilai uang

⁴³Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Al Fatih, 2013), h. 289.

elektronik yang dipegang oleh pemegang sudah habis, pemegang dapat melakukan pengisian uang atau biasanya disebut dengan top up.

- b. Transaksi pembayaran dengan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui penukaran nilai uang yang ada di dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dengan penjual yang menggunakan protocol yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c. Melalui via transfer. Transfer dalam fasilitas uang elektronik merupakan fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi perlengkapan khusus oleh penerbit.
- d. Refund yakni penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik dilakukan pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir ataupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang.

Beberapa pendapat ulama kontemporer yang mengatakan boleh secara implisif mengenai uang sebagai alat atau media baik terdiri dari logam atau kertas yang dicetak maupun dari bahan lainnya yang dalam literatur fiqh disebut dengan tsaman atau nukud (jamak dari naqd). Pendapat tersebut sebagai berikut

كُلُّ شَيْءٍ يَجُوزُ بَيْعُهُ فَهُوَ ثَمَنٌ وَلَا تَنْدَرِي مِنْ أَيْنَ وَقَعَ لَكُمْ الْأَقْبِصَارُ بِالتَّثْمِينِ عَلَى
الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَلَا نَصَّ فِي ذَلِكَ⁴⁴

⁴⁴ Al Imam Ibnu Hazm Al Andalusi, *Al-Muhalla bi al-Atsar fi Syarhi al-Mujalla bi al-Ikhtishor*, (Bairut: Kholid Arrobbath, Dar Ibn Hazm, 2004), hal. 477.

Artinya:

“Segala sesuatu yang boleh diperjual belikan boleh digunakan sebagai alat bayar, dan tidak terdapat satu nash pun yang menyatakan bahwa uang harus terbuat dari emas dan perak.”

Berdasarkan skema tersebut maka karakter uang elektronik sendiri sudah sesuai syariah, sesuai karakternya sendiri yang netral sebagaimana uang kertas biasa.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa lama produk dapat terus digunakan selama jangka waktu tertentu. Tentunya dengan pola penggunaan dan perawatan yang masuk akal alias rasional.

Berdasarkan daya tahan dan wujud maka produk dapat diklasifikasikan kedalam tiga kelompok yakni:

- a. Barang tidak tahan lama atau sering disebut barang yang terpakai habis (*Non Durable Goods*) adalah barang berwujud yang secara normal biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan.
- b. Barang tahan lama (*Durable Goods*) adalah barang berwujud yang biasanya secara normal dapat bertahan lama sehingga dapat digunakan dalam banyak pemakaian
- c. Jasa (*Service*) adalah suatu aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Dari ketiga klasifikasi daya tahan diatas kartu Brizzi masuk kedalam kelompok kedua dan ketiga. Kelompok kedua yang menyatakan bahwa barang tahan lama namun setelah melakukan penelitian penulis mendapatkan hasil bahwa kebanyakan responden setuju terhadap pernyataan yang mengatakan bahwa kartu Brizzi mudah patah. Bank BRI sebagai Bank yang

mengeluarkan produk Kartu Brizzi memberikan layanan terhadap konsumen yang memiliki masalah terhadap kartu Brizzi nya yaitu:

- 1) Penggantian kartu Brizzi dapat dilakukan di Kantor BRI terdekat.
- 2) Penggantian kartu rusak dapat dilakukan jika nomor kartu terbaca jelas namun kartu Brizzi tidak dapat dikenali sama sekali oleh EDC/reader.
- 3) Nominal Saldo Brizzi di dalam kartu yang rusak akan dilimpahkan ke Brizzi baru milik pemegang kartu.
- 4) Proses Pelimpahan Nominal saldo tersebut akan di proses paling cepat 10 (sepuluh) hari kerja dan selambat-lambatnya 20 (dua puluh) hari kerja sejak Bank BRI menerima dokumen penggantian kartu Brizzi secara lengkap.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank BRI selaku penerbit kartu Brizzi telah menerapkan salah satu prinsip ekonomi syariah yaitu bebas dengan tetap bertanggung jawab. Dalam prinsip islami, kebebasan dalam menjalankan aktifitas prekonomian yang terbuka lebar namun tetap dengan batasan tanggung jawab. Rasulullah Saw bersabda :

Artinya : ⁴⁵ مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

“Barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami, perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka.”

Dari hadist diatas memperlihatkan bahwa Bank BRI bertanggung jawab dan tidak berlaku curang, hal tersebut sesuai dengan permasalahan diatas

⁴⁵Abu Abdullah Muhammad Bin Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah*, (Bairut: Dar Al-Fikr, 2004), h. 98

apabila terjadi kerusakan pada kartu Brizzi Bank BRI akan memberikan pelayanan terhadap kartu Brizzi yang bermasalah demi meningkatkan kepuasan pengguna.

6. Estetika (*Asthetics*)

Yaitu daya tarik terhadap panca indera contohnya bentuk atau model produk yang terbaru, warna yang sesuai dan sebagainya. Dalam Islam, nilai keindahan merupakan unsur penting yang sama sejajarnya dengan nilai kebenaran dan nilai kebaikan yang sekaligus menjadi prinsip perbuatan Tuhan dalam penciptaan. Islam tidak menentang seni bahkan lebih dari menghargai seni. Salah satu pembuktiannya adalah etika dan estetika. etika dan estetika bertujuan untuk memahami bagaimana Islam memandang seni atau bentuk ekspresi terhadap keindahan itu sendiri. Dalam seni Islam, objek dan penampilan seni dapat berkembang lebih luas lagi dari waktu ke waktu asalkan tidak bertentangan dengan ‘fitrah’ atau pandangan Islam.

Banyak hadist yang membahas tentang larangan menggambar, khususnya menggambar makhluk bernyawa. Salah satu dari hadist tersebut adalah hadist nomor 5950 dalam kitab Shahih Bukhari yang membahas mengenai akan disiksanya para pembuat gambar di hari kiamat kelak.

حَدَّثَنَا الْحُمَيْدِيُّ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ مُسْلِمٍ قَالَ كُنَّا مَعَ مَشْرُوقٍ فِي دَارِ سَيْتَارِ بْنِ نُمَيْرٍ، فَرَأَى فِي صُفْرِهِ
تَمَلِيلًا فَقَالَ سَمِعْتُ عَمْرَةَ ابْنَةَ عَبْدِ اللَّهِ تَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يَقُولُ 'إِنَّ كَثِيرًا مِنَ النَّاسِ عَذَابُهُمْ عَذَابُ اللَّهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

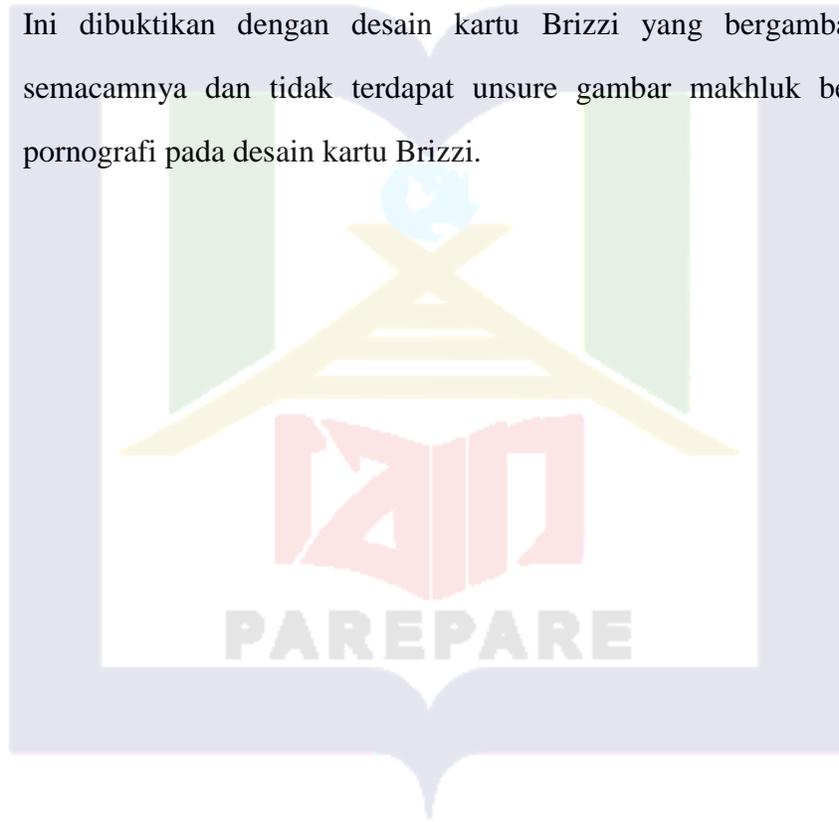
الْمُحْضَرُونَ
46

Artinya:

⁴⁶Abu Abdullah Muhammad Bin Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah*, (Bairut: Dar Al-Fikr, 2004), h. 42

“Al-Humaidi telah memberitahukan kepada kami, Sufyan telah memberitahukan kepada kami, A’asy telah memberitahukan kepada kami dari muslim, Ia berkata: Kami bersama Masruq di rumah Yasar bin Numair, maka melihat patung-patung diserambinya. Dia berkata, aku mendengar Abdullah berkata: Aku mendengar Nabi SAW. bersabda, “sesungguhnya manusia paling keras siksaannya pada hari kiamat adalah orang-orang yang membuat gambar”

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa kartu Brizzi telah menerapkan desain yang sesuai dengan etika atau estetika dalam pandangan islam, yaitu dengan menampilkan objek seni yang dapat berkembang lebih luas dari waktu ke waktu yang tidak bertentangan dengan fitrah atau pandangan islam. Ini dibuktikan dengan desain kartu Brizzi yang bergambar logo dan semacamnya dan tidak terdapat unsure gambar makhluk bernyawa dan pornografi pada desain kartu Brizzi.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan dalam skripsi ini, yang membahas tentang pengaruh kualitas produk kartu Brizzi dalam ekonomi Islam terhadap kepuasan bertransaksi pada masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji one sampel t test variabel (X) Kualitas Produk , menunjukkan nilai diperoleh 6.786 atau 78.54% dari skor ideal. Dengan demikian variabel kualitas produk berdasarkan tabel klasifikasi 68.01-84.00% berada pada kategori baik.
2. Hasil uji one sampel t test variabel (Y) Kepuasan Pengguna, menunjukkan nilai diperoleh 3.408 atau 78.88% dari skor ideal. Dengan demikian variabel kualitas produk berdasarkan tabel klasifikasi 68.01-84.00% berada pada kategori baik.
3. Hasil uji Nilai koefisien korelasi 0,640 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terdapa Hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka. Dan berdasarkan tabel kekuatan nilai 0,60 – 0,799 menandakan bahwa kekuatan hubungan kuat. Karena koefisien korelasi dalam analisis ini bernilai positif maka itu artinya hubungan kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya Kualitas Produk maka akan meningkat pula Kepuasan Pengguna.

4. Terdapat pengaruh kualitas produk dengan kepuasan pengguna, Hasil Pengujian secara simultan variabel (X) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna adalah 41,0%, Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari variabel bebas kepada variabel terikat. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara kualitas produk dengan kepuasan pengguna dalam menggunakan kartu Brizzi.
5. Islam adalah agama yang sempurna bagi kehidupan, baik dalam kehidupan pribadi atau kehidupan seluruh umat. Oleh karena itu, kegiatan umat muslim dalam masalah ekonomi harus sesuai dengan syariat Islam sehingga seluruh kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia disebut dengan kemaslahatan. Sejalan dengan kemajuan teknologi, manusia terus berinovasi dengan berbagai terobosan agar semua aktivitas manusia dapat terlaksana dengan mudah. Kartu Brizzi sebagai uang elektronik muncul sebagai inovasi baru yang menjawab kebutuhan masyarakat terhadap instrument pembayaran mikro yang dapat melakukan proses pembayaran supaya lebih cepat, efisien dan aman. Kemudian kesesuaian kartu Brizzi sebagai uang elektronik ini didukung dengan kemaslahatan yang terkandung dalam kartu Brizzi seperti kecepatan dalam transaksi, kemudahan akses serta efektifitas dalam menggunakan kartu Brizzi, dengan kartu Brizzi transaksi akan terasa lebih mudah, dan dengan kartu Brizzi kita tidak perlu repot-repot menyiapkan uang tunai yang pas atau menyiapkan uang receh dalam transaksi jual beli.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk kartu Brizzi dengan kepuasan pengguna Kartu Brizzi, maka peneliti memberikan saran kepada para pengguna kartu Brizzi agar menggunakan kartu Brizzi dengan bijak dan tidak berlebihan.
2. Peneliti berharap untuk ada penelitian lanjutan dengan judul yang sama ataupun dengan variabel terikat yang lain dan memperluas pembahasannya bukan hanya melihat dari kepuasan pengguna saja dengan teknik penelitian bervariasi seperti dengan penelitian kualitatif. Penelitian lanjutan diharapkan agar bisa mengetahui secara mendalam tentang kualitas produk kartu Brizzi terhadap kepuasan pengguna dengan pendekatan deskriptif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah sampel, bukan hanya di Kelurahan Bilokka saja tetapi juga di kelurahan lainnya atau Kecamatan lainnya, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim.
- Al Andalusi, Al Imam Ibnu Hazm, Al-Muhalla bi al-Atsar fi Syarhi al-Mujalla bi al-Ikhtishor. Bairut: Kholid Arrobbath, Dar Ibn Hazm, 2004.
- Al-Qazwini, Abu Abdullah Muhammad Bin Yazid. Sunan Ibnu Majah. Bairut: Dar Al-Fikr, 2004.
- Amstrong dan Kotler. P. *Principle dan Marketing, alih bahasa A. Sandiwan Suharto*. California: Pearson/Prentice Hall, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Badrus Suryadi dan Ely Arinawati. *Penataan Produk*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021.
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- D.P., R. Serfianto. *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka, 2012.
- Ismail al-bukhari, Muhammad Bin. *Shahih al-Bukhari*. Kairo: Dardthruq an-nadzah, 1422 H.
- Kotler, Philip. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 1995..
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Nubika, Ibrahim. *BITCOIN: Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial*. Yogyakarta: Genesis Learning, 2018.
- Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Salma, Fitria Salahika, Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perpektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*. Surabaya: Jestt, 2015.
- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Versi 17*. Jakarta : Kencana, 2013.
- Stepen. *The Efecc Of Brand Imege On Overall Satisfaction And Loyalty Intention In The Courent Of Color Cosmetic*. Asian Academy Of Management Journal, Vol. 12, No. 1, 2007.

Sugiono. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, 2014.

Sumadi, Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PTR Raja Grafindo Persada, 2011.

Suyitno dan Tanzeh. *Dasar-dasar Penelitian*. Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF), 2006.

Tim Penyusun. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*. Parepare : IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.

Skripsi dan Tesis

Majid, Abdulloh, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi Sarjana*; Program Studi Ekonomi Syari'ah : Lampung, 2019.

Nurhamzah, Yusuf. "Pengaruh Promosi dan Faktor Psikologi Terhadap Sikap Pembelian Kartu BRIZZI di Wilayah Bandung". *Tesis S2*; Program Magister Manajemen: Bandung, 2015.

Pandita, Andi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Negeri Makassar". *Skripsi Sarjana*; Jurusan Ilmu Perpustakaan: Makassar, 2017.

Pratiwi, Nur Fitri. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu BRIZZI PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Makassar". *Skripsi Sarjana*; Jurusan Manajemen: Makassar, 2015.

Rizayanti, Nelli "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya". *Skripsi Sarjana*; Program Studi Ekonomi : Banda Aceh, 2021.

Internet

Hidayat srf. *Masyarakat*. Jakarta: Wikipedia. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Masyarakat>, 2021. (29 Juli 2021).

Indonesia, Bank Rakyat. *BRIZZI*. Jakarta: BRI. <https://promo.bri.co.id/main/product/main/BRIZZI>, 2015. (25 Juli 2021).

LAMPIRAN





NAMA MAHASISWA : NUR HIJRAH S
NIM : 18.2300.088
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZIDALAM BERTRANSAKSITERHADAPKEPUASAN MASYARAKAT KELURAHANBILOKKA SIDRAP (PERSPEKTIFEKONOMI ISLAM))

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat kesedian Saudara (i) untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketersediaan Saudara (i) untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nur Hijrah S

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
4. Usia : a.() 15-20 b.() 21-25 c.() 26-30
d.() 31-35 e.() 36>
5. Pendidikan Terakhir : a. () SD b. () SMP c. () SMA/SMK
d. () Sarjana e. () Lainnya
6. Pekerjaan : a. () Pelajar/Mahasiswa
b. () Karyawan
c. () Wiraswasta
d. () TNI/POLRI
e. () Lainnya

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan berikut ini adalah tentang Promosi Produk dan pengaruhnya terhadap minat menabung pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Parepare. Jawaban Bapak/Ibu cukup dengan memberikan tanda *checklist* pada kolom pilihan jawaban pada kolom yang telah disediakan. Dengan keterangan di bawah ini :

Diberi Skor 5 Sangat Setuju = (SS)

Diberi Skor 4 Setuju = (S)

Diberi Skor 3 Netral = (N)

Diberi Skor 2 Tidak Setuju = (TS)

Diberi Skor 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

Variabel Kualitas Produk (X)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Kinerja (Performance)						
1.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena kinerjanya sebagai alat pembayaran yang cepat.					
2.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena tidak perlu memberikan informasi kartu Debit atau kartu Kredit dalam bertransaksi.					
3.	Saya memilih menggunakan kartu Brizzi Bank BRI karena untuk mengurangi resiko terjadinya pencurian data pribadi dan juga mengurangi resiko penipuan.					
Indikator : Keistimewaan tambahan (Features)						
4.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena salah satu keistimewaannya terdapat banyak promo menarik.					
5.	Kartu Brizzi Bank BRI merupakan alat pembayaran nontunai yang praktis.					
6.	Kartu Brizzi Bank BRI mudah dibawa kemana-mana.					
Indikator : Keandalan (Reliability)						
7.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena berhasil menjalankan fungsinya sebagai alat pembayaran nontunai.					
8.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI yang merupakan salah satu faktor pendorong terhadap efisiensi dalam melakukan transaksi.					
9.	Transaksi menggunakan kartu Brizzi dapat meminimalkan waktu saya dibandingkan transaksi dengan uang tunai.					
Indikator : Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications)						

10.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena fungsinya sesuai dengan harapan saya sebagai alat pembayaran.					
11.	Saya memilih kartu brizzi Bank BRI karena bisa melakukan top up dimana pun.					
12.	Saya memilih menggunakan kartu brizzi karena tidak berbunga					
Indikator : Daya tahan (Durability)						
13.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena tidak mempunyai masa berlaku dan dapat terus digunakan selama kartu masih terbaca.					
14.	Kartu Brizzi memiliki daya tahan yang baik.					
15.	Kartu Brizzi mudah patah.					
Indikator : Estetika (Asthetic)						
16.	Saya memilih kartu Brizzi Bank BRI karena tampilan dan desainnya yang cukup menarik.					
17.	Saya memilih katrtu Brizzi Bank BRI karena desainnya bisa costum sendiri.					
18.	Saya memilih kartu Brizzi karena visualisasinya yang terlihat menarik dari sudut pandang dekat maupun jauh.					

Variabel Kepuasan Pengguna (Y)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna						
1.	Penggunaan kartu Brizzi memiliki resiko-resiko yang rendah sehingga mampu mendorong saya untuk menggunakannya.					
2.	Saya merasa terus menerus akan menggunakan kartu Brizzi					
3.	Dengan menggunakan kartu Brizzi					

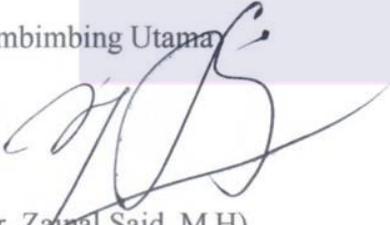
	pengguna tidak perlu repot membawa banyak uang tunai						
Indikator : Totalitas memberikan layanan							
4.	Mempermudah pengguna dikarenakan kartu Brizzi dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit						
5.	Penerbit menjamin kerahasiaan dan kepastian perlindungan hak data pribadi dalam melakukan transaksi pada kartu Brizzi						
6.	Saya merasa puas dengan vitur layanan yang dihadirkan oleh kartu Brizzi.						
Indikator : Kesenangan dan kenyamanan							
7.	Saya tidak memiliki keluhan terhadap penggunaan kartu Brizzi karena sistem transaksinya lancar, mudah, dan nyaman bagi saya dalam bertransaksi						
8.	Saya tidak lagi pusing memikirkan uang kembali saat melakukan transaksi						
9.	Kelengkapan vitur kartu Brizzi dalam bertransaksi membuat penggunaanya merasa nyaman.						

Parepare, 31 Januari 2023

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


(Dr. Zainal Said, M.H)
NIP. 19761118 200501 1 002


(Rusnaena, M.Ag)
NIP. 19680205 200312 2 001

INDENTITAS RESPONDEN

NAMA	ALAMAT	JENIS KELAMIN	USIA
MUSLIMAH	BILOKKA	PEREMPUAN	21-25
Nurrahma yanti	Bilokkka	PEREMPUAN	21-25
Rina Agustina	Jl. Poros Soppeng, Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Sunardi	Kel. Bilokka	LAKI-LAKI	31-35
NUR REZKY ASRIADI	BILOKKA	PEREMPUAN	21-25
Muh Nizar Mulfhy	Lingk. Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Chairunnisa	Jl. Angkatan 66 No. 2 Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Hartono Nandito	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
FEBY WARDANI	Lk BILOKKA	LAKI-LAKI	26-30
FAHRIL FADLI S	BILOKKA	LAKI-LAKI	15-20
Haryanti	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Reski mandala putraa	Jl poros soppeng bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Yusran amir	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
is wahyudi	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
AGUNG ACHSARI	BILOKKA	LAKI-LAKI	21-25
Ersya ahsani	Lk bilokka	PEREMPUAN	15-20
Yasril	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Andi evi	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Elsa jumratulnisaa	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Ilham ismail	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Vivi anriani	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Agung	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Imran	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Ghafur	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Haspiah	Bilokka	PEREMPUAN	36>
putri anugrah	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Hera	Bilokka	PEREMPUAN	31-35
Lisa amelia	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Anca mahendra	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Herdhy	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Rusdi	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Renaldi	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Wahyu	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Dimas majid	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20

Dodi jufriadi	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Gustang	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Adam alif	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Firmansyah	Kel bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Dimas Darmansyah	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Muhammad idris	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Hermansyah	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
Agussalim	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
Asdar Sudirman	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Aswar	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Akram	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Wahyuddin	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Risman	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Nurul asrida azizah	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Ahmad Afif	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Aryaksa syarif	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Saiful	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Siska febrianti	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Mentari aprilianda	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Adrio muksin	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Andi Roni	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Muh. Fajar	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Putri sintia	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Sukmawati	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Andi Fitri	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Kasmira	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Umi kalsum	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Fitri Nurfadillah	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Darwan	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Nabila mucktar	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Ikhwan	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Yongki Mahendra	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Andi firza	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Arya Supardi	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Sarnita	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Abrar Satya negara	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Nasrul	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Arwinda ashara	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Putri	Bilokka	PEREMPUAN	15-20

Nu Aini	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Dewi kudra	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Riswandi	Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Fitri Anwar	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Mansur	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Irwan	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
Muh Haidir	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Akmal Islamik	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
muh aksan	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Fikran	Lingk. Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Egho saputra	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
Rikki suganda	Lingk. Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
ayyub muhammad	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
andi suganda	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Nugie Parawansyah	Bilokka	LAKI-LAKI	21-25
Virly Apriani	Lingk. Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Ramli	Bilokka	LAKI-LAKI	26-30
Jumriani	Bilokka	PEREMPUAN	15-20
Aswar Sukardi	Lingk. Bilokka	LAKI-LAKI	15-20
Asriani B	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
Marwa Mursalim	Bilokka	PEREMPUAN	21-25
musdalifah	Lingk. Bilokka	PEREMPUAN	26-30
adeyanti	Bilokka	PEREMPUAN	15-20



TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL X (KUALITAS PRODUK)

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	TTL
1	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	2	5	5	4	80
2	4	3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	59
3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	77
4	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	5	5	3	2	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	5	3	67
7	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	69
8	3	5	5	1	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	1	3	5	4	66
9	4	5	1	2	5	5	4	4	4	2	3	5	5	3	5	2	2	3	64
10	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	3	3	4	4	4	77
11	5	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	69
12	5	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	5	5	4	4	65
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	85
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	86
15	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	68
16	5	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	4	4	5	4	71
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
18	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	2	3	4	5	3	59
19	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	41
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
21	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	81
22	4	3	4	3	2	3	5	3	1	1	5	5	5	5	5	3	3	2	62
23	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	5	4	75
24	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	74
25	5	5	5	3	2	5	5	5	5	1	5	3	1	5	1	5	2	5	68
26	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	81
27	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	5	5	82
28	4	4	4	2	3	5	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	62
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
30	3	3	3	2	3	5	3	3	5	3	3	3	3	2	4	3	3	3	57
31	3	3	4	2	4	5	3	4	4	3	4	3	5	2	4	3	4	4	64
32	5	3	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	76
33	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	68
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
35	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	64
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54

37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	71
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
39	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	72
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	73
41	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	67
42	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	69
43	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	3	3	67
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	70
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	55
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	3	3	71
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	71
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
53	4	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	80
54	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	80
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	87
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
57	3	4	4	2	5	5	5	3	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	72
58	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	1	5	5	4	4	75
59	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	84
60	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	81
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	3	3	80
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
63	3	3	3	2	3	5	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	66
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	87
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	71
66	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	1	5	5	5	4	80
67	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	77
68	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	82
69	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	84
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
71	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	1	5	5	4	5	70
72	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	68
73	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	56
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	70
75	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4	5	4	4	78

76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
78	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	68
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	3	3	80
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	67
82	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	66
83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	66
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	69
85	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	4	80
86	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	64
87	5	4	5	2	5	4	5	5	4	5	5	4	5	2	4	5	4	4	77
88	4	3	3	1	4	5	3	3	5	3	3	3	3	2	5	3	3	3	59
89	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	69
90	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	3	3	3	64
91	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	69
92	5	5	2	3	3	5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	4	72
93	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	81
94	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	3	66
95	4	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	71
96	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	4	3	68



TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL Y (KEPUASAN PENGGUNA)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
1	5	5	3	4	4	4	3	4	5	37
2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	29
3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
8	4	3	4	4	5	3	4	5	3	35
9	2	2	2	5	5	3	3	3	3	28
10	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30
11	3	3	5	5	4	5	5	5	5	40
12	4	4	4	5	5	5	4	3	2	36
13	5	3	4	4	3	4	3	4	4	34
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	3	3	4	4	4	3	3	4	32
16	4	3	4	5	5	4	4	3	4	36
17	3	4	4	3	4	3	3	3	3	30
18	3	3	3	5	3	3	3	3	3	29
19	3	3	2	2	2	2	2	3	2	21
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
22	3	3	1	1	2	1	1	1	1	14
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
24	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
25	5	1	5	1	5	5	1	5	5	33
26	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
27	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
28	3	3	4	3	3	3	3	4	2	28
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
30	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
31	3	3	5	3	4	4	2	4	4	32
32	3	3	4	5	4	5	4	5	5	38
33	3	3	4	5	4	4	4	4	4	35
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	3	4	3	5	4	3	4	3	4	33
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	5	5	5	4	5	4	5	4	4	41
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
48	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
49	4	2	5	4	4	3	4	4	3	33
50	4	3	5	4	3	3	4	5	4	35
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
53	5	2	4	4	4	4	4	4	4	35
54	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
57	4	5	4	5	5	5	5	4	4	41
58	4	3	4	4	4	4	4	5	5	37
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
62	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
63	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
64	5	3	5	5	4	5	4	5	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	4	3	5	4	4	4	4	5	5	38
67	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
69	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
71	3	2	4	4	4	4	4	4	4	33
72	2	2	4	4	4	3	4	4	4	31
73	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
74	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
75	4	4	4	5	5	5	5	4	5	41

76	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
77	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	1	3	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
81	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
82	4	3	3	3	4	4	3	4	4	32
83	4	1	4	4	4	4	4	4	4	33
84	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
85	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
86	3	2	4	4	3	3	4	5	3	31
87	5	2	3	4	4	4	3	4	5	34
88	3	3	4	3	3	3	3	3	4	29
89	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
90	3	3	5	5	5	3	5	5	3	37
91	4	2	4	4	3	3	4	5	3	32
92	3	4	4	5	5	5	5	5	3	39
93	4	3	5	4	5	5	5	5	5	41
94	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
95	3	2	4	4	4	4	4	3	4	32
96	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34



HASIL PERHITUNGAN SPSS

UJI VALIDITAS

		Correlations																		Total_X
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	.595**	.494**	.465**	.492**	.534**	.624**	.613**	.456**	.511**	.525**	.393**	.453**	.252**	.091	.548**	.425**	.537**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.377	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	.595**	1	.468**	.394**	.572**	.610**	.602**	.667**	.584**	.451**	.549**	.636**	.538**	.207**	.112	.352**	.289**	.475**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.043	.277	.000	.004	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3	Pearson Correlation	.494**	.468**	1	.291**	.413**	.301**	.547**	.512**	.306**	.489**	.474**	.343**	.333**	.201	.035	.464**	.354**	.524**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000	.003	.000	.000	.002	.000	.000	.001	.001	.050	.733	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X4	Pearson Correlation	.465**	.394**	.291**	1	.359**	.238**	.425**	.480**	.196**	.434**	.293**	.333**	.351**	.182	.124	.296**	.386**	.352**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.000	.019	.000	.000	.055	.000	.004	.001	.000	.077	.229	.003	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X5	Pearson Correlation	.492**	.572**	.413**	.359**	1	.586**	.544**	.640**	.565**	.699**	.433**	.531**	.586**	.005	.264**	.200	.348**	.308**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.964	.009	.051	.001	.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X6	Pearson Correlation	.534**	.610**	.301**	.238**	.586**	1	.358**	.473**	.658**	.350**	.451**	.350**	.451**	.154	.147	.246**	.200	.384**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.019	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.135	.153	.016	.051	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X7	Pearson Correlation	.624**	.602**	.547**	.425**	.544**	.358**	1	.810**	.421**	.537**	.657**	.566**	.455**	.183	.240	.409**	.289**	.457**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.074	.019	.000	.004	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X8	Pearson Correlation	.613**	.667**	.512**	.480**	.640**	.473**	.810**	1	.617**	.700**	.669**	.574**	.517**	.109	.230	.418**	.381**	.551**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.291	.024	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X9	Pearson Correlation	.456**	.584**	.306**	.196**	.565**	.658**	.421**	.617**	1	.525**	.574**	.535**	.402**	-.056	.092	.355**	.308**	.491**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.055	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.591	.374	.000	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X10	Pearson Correlation	.511**	.451**	.489**	.434**	.699**	.350**	.537**	.700**	.525**	1	.527**	.475**	.544**	-.077	.300**	.423**	.529**	.508**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.458	.003	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X11	Pearson Correlation	.525**	.549**	.474**	.293**	.433**	.451**	.657**	.669**	.574**	.527**	1	.701**	.548**	.084	.167	.531**	.500**	.502**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.413	.104	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X12	Pearson Correlation	.393**	.636**	.343**	.333**	.531**	.473**	.566**	.574**	.535**	.475**	.701**	1	.720**	-.062	.324**	.280**	.315**	.367**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.550	.001	.006	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X13	Pearson Correlation	.453**	.538**	.333**	.351**	.586**	.474**	.455**	.517**	.402**	.544**	.548**	.720**	1	.067	.291**	.278**	.453**	.344**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.520	.004	.006	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X14	Pearson Correlation	.252**	.207**	.201**	.182**	.005	.154**	.183**	.109**	-.056**	-.077**	.084**	-.062	.067**	1	-.436**	.063	.216**	.158**	.217**
	Sig. (2-tailed)	.013	.043	.050	.077	.964	.135	.074	.291	.591	.458	.413	.550	.520		.000	.542	.035	.125	.034
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X15	Pearson Correlation	.091	.112	.035	.124	.264**	.147	.240**	.230**	.092**	.300**	.167**	.324**	.291**	-.436**	1	.135	-.033	.049	.268**
	Sig. (2-tailed)	.377	.277	.733	.229	.009	.153	.019	.024	.374	.003	.104	.001	.004	.000		.191	.747	.633	.008
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X16	Pearson Correlation	.549**	.352**	.464**	.296**	.200	.246**	.409**	.418**	.356**	.423**	.531**	.280**	.278**	.063	.135	1	.609**	.770**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.051	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.006	.542	.191		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X17	Pearson Correlation	.425**	.289**	.354**	.366**	.348**	.200	.289**	.381**	.308**	.529**	.500**	.315**	.453**	.035	.747	.000	1	.635**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.001	.051	.004	.000	.002	.000	.000	.002	.000	.035	.747	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X18	Pearson Correlation	.537**	.475**	.524**	.352**	.308**	.384**	.457**	.551**	.491**	.508**	.502**	.367**	.344**	.158	.049	.770**	.635**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.125	.633	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_X	Pearson Correlation	.762**	.762**	.646**	.583**	.722**	.635**	.772**	.840**	.660**	.759**	.769**	.713**	.710**	.217**	.268**	.624**	.616**	.709**	.1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.034	.008	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.380**	.529**	.339**	.494**	.603**	.394**	.479**	.560**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.380**	1	.301**	.406**	.382**	.400**	.409**	.219*	.277**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.032	.006	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.529**	.301**	1	.506**	.613**	.696**	.649**	.769**	.609**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.339**	.406**	.506**	1	.669**	.658**	.828**	.537**	.518**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.494**	.382**	.613**	.669**	1	.762**	.654**	.576**	.606**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	.603**	.400**	.696**	.658**	.762**	1	.656**	.673**	.761**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y7	Pearson Correlation	.394**	.409**	.649**	.828**	.654**	.656**	1	.666**	.569**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y8	Pearson Correlation	.479**	.219*	.769**	.537**	.576**	.673**	.666**	1	.653**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y9	Pearson Correlation	.560**	.277**	.609**	.518**	.606**	.761**	.569**	.653**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.686**	.571**	.805**	.785**	.820**	.886**	.836**	.788**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	18

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	9

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42845358
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.057
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.507

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji One Sampel T-test

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KUALITAS PRODUK	74.177	95	.000	3.92719	3.8221	4.0323

Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations

		KUALITAS PRODUK	KEPUASAN PENGGUNA
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
KEPUASAN PENGGUNA	Pearson Correlation	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

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

Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.602	3.484		2.182	.032
	KUALITAS PRODUK	.395	.049	.640	8.077	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.602	3.484		2.182	.032
	KUALITAS PRODUK	.395	.049	.640	8.077	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Uji Koefisien Detrminasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.403	4.452

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

SURAT PENGANTAR PENELITIAN DARI KAMPUS



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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2976/In.39.8/PP.00.9/07/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI SIDENRENG RAPPANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di

KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR HIJRAH S
Tempat/ Tgl. Lahir : WANIO SIDRAP, 09 FEBRUARI 2000
NIM : 18.2300.088
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
Semester : VIII (DELAPAN)
Alamat : JL. LOMPO NO. 1, KELURAHAN BILOKKA, KECAMATAN PANCA LAUTANG, KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZI DALAM BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELURAHAN BILOKKA SIDRAP (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

28 Juli 2022
Dekan,



Halifah Muhammadun

Surat Izin Meneliti Dari Dpmpmsp



PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
PROVINSI SULAWESI SELATAN
Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

IZIN PENELITIAN
Nomor : 274/IP/DPMTSP/7/2022

DASAR

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **NUR HIJRAH S** Tanggal **29-07-2022**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** Nomor **B.2976/In.39.8/PP.00.9/07/2022** Tanggal **28-07-2022**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **NUR HIJRAH S**
ALAMAT : **JL. LOMPO No. 1, KEL. BILOKKA, KEC. PANCA LAUTANG**
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**
JUDUL PENELITIAN : **" PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZI DALAM BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELURAHAN BILOKKA SIDRAP (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM) "**

LOKASI PENELITIAN : **KELURAHAN BILOKKA KECAMATAN PANCA LAUTANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**
JENIS PENELITIAN : **KUANTITATIF**
LAMA PENELITIAN : **01 Agustus 2022 s.d 31 Agustus 2022**

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng
Pada Tanggal : 29-07-2022



Biaya : Rp. 0,00

Tembusan :

- LURAH BILOKKA KECAMATAN PANCA LAUTANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
- DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
- PERTINGGAL

SURAT IZIN SELESAI MENELITI



PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
KECAMATAN PANCA LAUTANG
KELURAHAN BILOKKA

Alamat : Jalan Poros Soppeng Kelurahan Bilokka Kode Pos. 91672

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 148.455 /743/KB /IX/2022

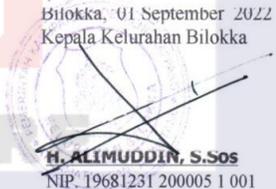
Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah Kepala Kelurahan Bilokka, menerangkan bahwa mahasiswa dari INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PARE-PARE

N a m a : NUK HIJRAH S
NIM : 18.2300.088
Jurusan / Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai dari tanggal 01 Agustus 2022 – 01 September 2022 di Kelurahan Bilokka Kecamatan Panca Lautang Kabupaten Sidenreng Rappang untuk menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK KARTU BRIZZI DALAM BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELURAHAN BILOKKA SIDRAP (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)”.

Demikian surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bilokka, 01 September 2022
Kepala Kelurahan Bilokka

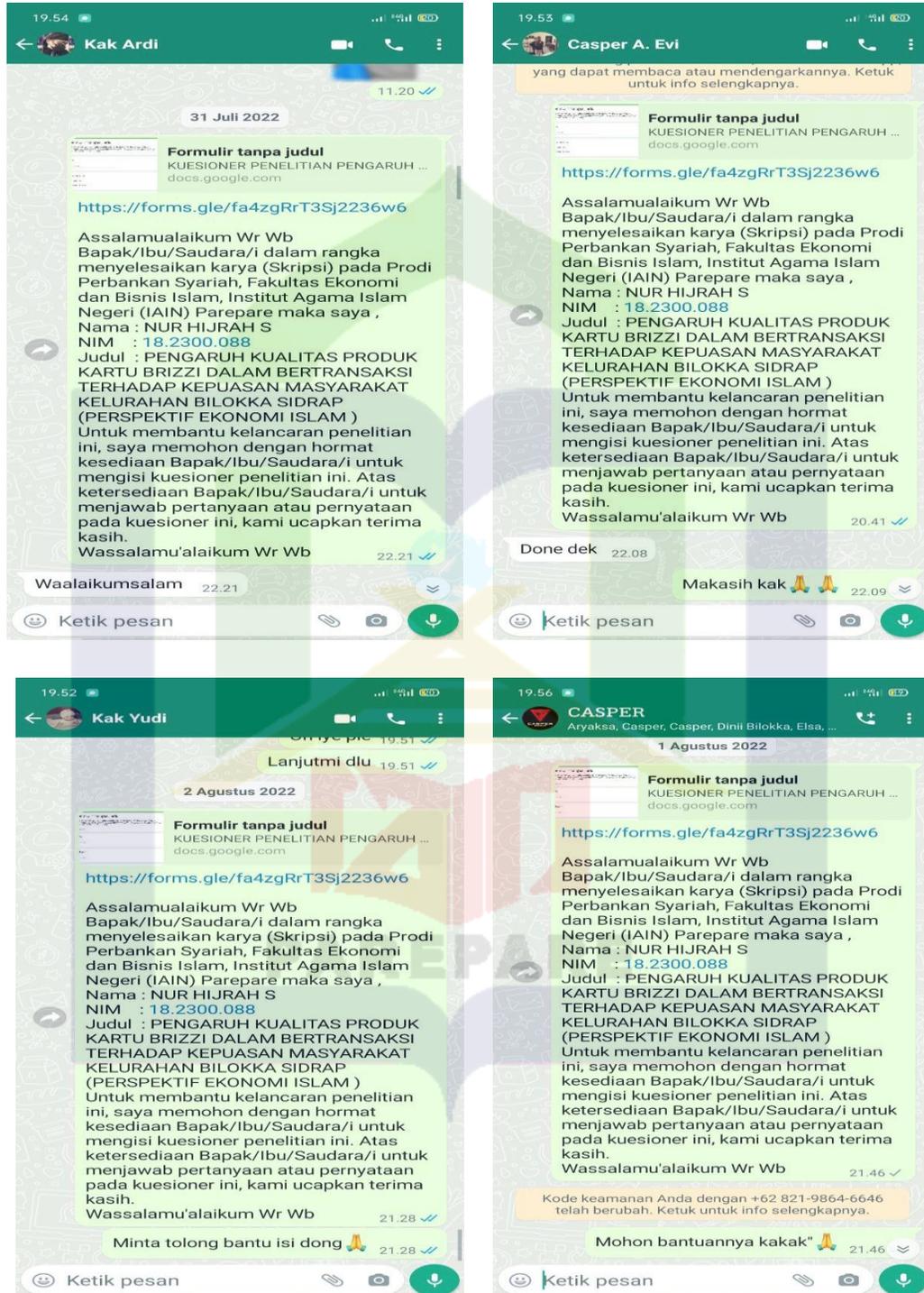

H. ALIMUDDIN, S.Sos
NIP. 19681231 200005 1 001

DOKUMENTASI PENELITIAN





Pengambilan Sampel Secara Online Melalui Google Form



BIODATA PENULIS



Nur Hijrah S, lahir pada tanggal 09 februari 2000 di Desa Wanio Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi selatan. Penulis merupakan anak sulung dari pasangan Bapak Saderi dan Ibu Sudarni. Penulis bertempat tinggal di Jl. Lompo No.1, kelurahan Bilokka, Kecamatan Pacalautang, Kabupaten Sidenren Rappang, Sulawesi Selatan. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1Bilokka pada tahun 2006-2012, Kemudian melanjutkan ke Sekolah MadrasahTsanawiyah (MTs) Ponpes Al-Wahid Pape pada tahun 2012-2015 , Kemudian melanjutkan lagi ke Sekolah Madrasah Aliyah (MA) Ponpes Al-Wahid Pape pada tahun 2015-2018. Kemudian pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankani Syariah. Penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di Bank Mandiri KCP Sidrap Sudirman dan Melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di di Desa Mario, Kecamatan Kulo, Kabupaten Sidenreng Rappang.. Tahun 2022, untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsinya dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk Kartu Brizzi dalam Bertransaksi Terhadap Kepuasan Masyarakat Kelurahan Bilokka Sidrap (Perspektif Ekonomi Islam)”*.