

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK CICIL EMAS TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA
(BSI) CABANG ENREKANG**



OLEH

**NURHIKMAWATI B
NIM : 2120203862201077**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

PAREPARE

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK CICIL EMAS TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA
(BSI) CABANG ENREKANG**



OLEH

NURHIKMAWATI B

NIM : 2120203862201077

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi
(S.Tr.Ak) pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

PAREPARE

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas
terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah
Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Nama Mahasiswa : Nurhikmawati B

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201077

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-2696)/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

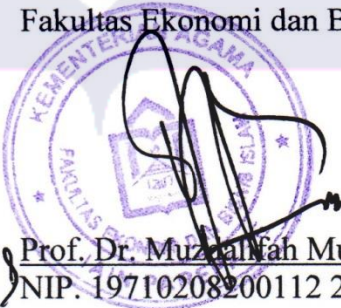
Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (.....)

NIP : 19710208 200112 2 002

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas
terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah
Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Nama Mahasiswa : Nurhikmawati B

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201077

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-2696)/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

Tanggal Ujian : 24 Juni 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (Ketua)

(.....)

Dr. Damirah, S.E. M.M. (Sekretaris)

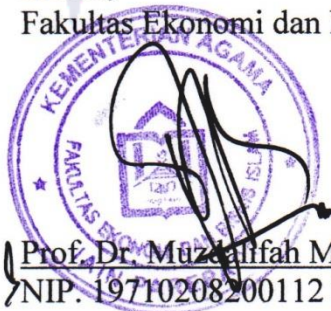
(.....)

Indrayani, S.E, M.Ak, (Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada kedua orang tua ku yaitu, Ibunda tercinta Hasnah yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu mendoakan penulis yang teramat tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Kepada panutanku, Ayahanda Hasan Basri, terima kasih sudah menjadi sosok ayah yang selalu menjadi garda terdepan untuk penulis yang selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak dapat merasakan pendidikan namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. serta kakakku Hasriani yang selalu mendukung penuh setiap proses yang saya pilih yang menjadi salah satu alasan penulis semangat untuk menyelesaikan studi sampai sarjana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag selaku pembimbing utama. Atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr, Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, SE., M.M selaku Ketua Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah.
4. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare.
5. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan layanan kepada penulis selama menempuh studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik.
7. Seluruh keluarga besar BSI cabang Enrekang yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi, dan juga memberikan banyak pengalaman, ilmu serta dukungan kepada penulis untuk sampai tahap ini.
8. Teruntuk sahabat seperjuangan saya dari awal menjadi mahasiswa baru sampai sekarang, Warda dan Anti terimakasih karena telah hadir dan menjadi bagian perjalanan hidup penulis, yang telah berkontribusi banyak mulai dari semester satu hingga di penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk teman-teman kosku yang sudah menjadi saudaraku, Warda, Putri, Rita, Amel, Pute terimakasih hari-hari penuh suka duka dari awal kita ngekos

- bersama hingga kini saat penulis berjuang menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah angkatan 2021, teman PPL, teman KKN Reguler 35 Posko 34 Desa Sabang Subiktahun 2024, yang telah mendorong dan memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
 11. Dan terakhir terima kasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Kamu kuat, kamu hebat. Nurhikmawati.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata, Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang lebih baik atas kebaikan atau bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Parepare, 18 April 2025 M
19 Syawal 1446 H

Penulis,



Nurhikmawati B
Nim. 2120203862201077

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : NURHIKMAWATI B
NIM : 2120203862201077
Tempat/Tgl. Lahir : Sinjai, 19 Juli 2003
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

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, 18 April 2025
Penyusun,


Nurhikmawati B
Nim.2120203862201077

ABSTRAK

NurhikmawatiB, *Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang* (dibimbing oleh Muzdalifah Muhammadun).

Beberapa tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang dalam menghadirkan produk cicil emas yang benar-benar memenuhi harapan nasabah. Seperti halnya produk perbankan lainnya, keberhasilan produk cicil emas dalam menciptakan kepuasan nasabah sangat bergantung pada cara bank dapat mengelola hubungan dengan nasabah dan memastikan kualitas produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Total populasi sebanyak 169 orang dan sampel yang digunakan yaitu 63 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu random sampling.

Hasil penelitian dengan teknik one sample T test. Pertama, kualitas produk cicil emas (X) diperoleh nilai 82% dengan $t_{hitung} = 49,322 > t_{tabel} 1,999$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Kedua, kepuasan nasabah (Y) diperoleh nilai sebesar 81% $t_{hitung} = 52,308 > t_{tabel} 1,999$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Hasil uji korelasi pearson diperoleh 0,690 menandakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas produk cicil emas dengan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang. Diketahui $r_{tabel} 0,205$ maka pearson correlation dalam penelitian ini bersifat positif dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terdapat hubungan yang signifikan, maka kualitas produk cicil emas dengan kepuasan nasabah terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Hasil uji regresi linier sederhana diketahui angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,640 maka penambahan 1% kualitas produk cicil emas, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,640. Hasil uji koefisien determinasi bahwa R^2 diperoleh 0,476 dengan tingkat hubungan moderat, memiliki arti bahwa 47,6% kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi kualitas produk cicil emas (X) dan 52,4% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk Cicil Emas, Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C.Tujuan Penelitian	13
D.Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A.Tinjauan Penelitian Relevan	15
B. Tinjauan Teori.....	19
C.Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
B.Lokasi dan Waktu Penelitian	54

C. Populasi dan Sampel	56
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	51
E. Definisi Operasional Variabel	61
F. Instrumen Penelitian.....	63
G. Teknik Analisis Data.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	65
A. Deskripsi Data	68
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	99
BIODATA PENULIS	120

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	38
Gambar 2.2	Struktur Organisasi	60



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
4.1	Karakteristik responden berdasarkan usia	66
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	66
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	67
4.4	Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah	67
4.5	Hasil uji validitas (X)	68
4.6	Hasil uji validitas ((Y)	69
4.7	Hasil uji reliabilitas (X)	71
4.8	Hasil uji reliabilitas (Y)	71
4.9	Hasil uji normalitas	72
4.10	Hasil uji one sampel t (test) variabel (X)	73
4.11	Hasil uji one sampel t (test) variabel Y	74
4.12	Hasil uji Analisis regresi linier sederhana	75
4.13	Hasil uji korelasi pearson product moment	77
4.14	Hasil uji Hasil uji koefisien determinasi	78

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	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
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	Ya

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

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

2. Vokal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	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
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

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
اَ / نَا	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِيَّ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas

وُ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas
----	----------------	---	---------------------

Contoh :

مات :māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : 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 الْفَاضِلَةُ : *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*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi 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-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *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*
 أُمِرْتُ : *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-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ 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:

دَيْنُ اللَّهِ

Dīnullah

بِاللَّهِ

billah

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

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fī 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-Walīd 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 Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat
DSN-MUI	=	Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia
UU	=	Undang-Undang
ATM	=	Anjungan Tunai Mandiri
RI	=	Republik Indonesia
BUMDes	=	Badan Usaha Milik Desa
SDM	=	Sumber Daya Manusia

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
بدون	=	بدون
صلى الله عليه وسلم	=	صلعم
طبعة	=	ط
بدون ناشر	=	بن
إلى آخرها / إلى آخره	=	الخ
جزء	=	ج

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

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam 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 kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Indonesia telah menyusun kebijakan mengenai pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Pada saat ini, BSI masuk dalam daftar 10 besar bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Dari sisi jaringan, Bank Syariah Indonesiadidukung oleh lebih dari 1.500 outlet dan lebih dari 2.500 jaringan ATM yang tersebar di seluruh Nusantara. Adapun produk yang ditawarkan Bank SyariahIndonesia pada saat sekarang ini salah satunya adalah pembiayaan. Produk pembiayaan yang banyak diminati nasabah pada Bank Syariah Indonesia salahsatunya adalah produk cicil emas. Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emasdengan menggunakan akad murabahah, yang artinya akad penyediaan barangberdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabahdengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Jenis emas yangdibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 10 gram maksimal 250 gram. Nilai pembiayaan jenis emas batangan maksimal 80% dari harga beli dengan uang muka20%. Nilai maksimal pembiayaan cicil emas adalah Rp150.000.000.

Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang merupakan salah kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang beroperasi di kabupaten Enrekang. Tepatnya di jalan A.R Hakim No.8F Kel. Juppandang Kec. Enrekang, Kab. Enrekang. Dalam operasionalnya Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang ini juga menyediakan produk-produk yang bisa melayani semua kebutuhan

masyarakat. Salah satu produk yang disediakan yaitu produk cicil emas BSI.¹

Produk cicil emas sudah diluncurkan mulai tahun 2013. Setelah adanya produk cicil emas tersebut nasabah yang hadir untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Enrekang semakin meningkat. Peningkatan penjualan produk cicil emas ini sangat berkaitan erat dengan strategi marketing yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Enrekang. Jadi, untuk meningkatkan produk cicil emas, maka diperlukan strategi marketing yang tepat agar mencapai target dan tujuan yang sudah ditetapkan. Karena kegiatan marketing juga tidak mudah, mengingat persaingan yang dihadapi di pasar.

BSI cicil emas adalah salah satu layanan yang disediakan BSI dimana nasabah dapat membeli emas batangan dengan cara mencicil. Nasabah dapat membeli emas batangan minimal 10 gram dan maksimal 250 gram per orangnya, dan cicilan harus diselesaikan dalam 2 -5 tahun. Investasi produk cicil emas menyediakan simulasi angsuran agar calon investor bisa mengetahui estimasi biaya bulanan sesuai dengan berat emas dan tenor (jangka waktu) yang diinginkan.

¹Putri Rahayu Ningsih and Taufiqur Taufiqur, 'Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bsi Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro', *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7.2 (2023), pp. 935–46, doi:10.30651/justeko.v7i2.20651.

Tabel 1.1 Simulasi angsuran 14 April 2025

Berat LM Gram	Harga Beli Emas	Uang Muka (5%)	Pembiayaan (95%)	Angsuran Per Bulan				
				12	24	36	48	60
10	18.501.138	925.057	17.576.081	1.543.174	809.020	565.070	443.668	371.281
25	46.127.030	2.306.352	43.820.679	3.847.441	2.017.049	1.408.832	1.106.152	925.679
50	92.174.863	4.608.743	87.566.120	7.688.275	4.030.636	2.815.246	2.210.405	1.849.768
75	138.301.893	6.915.095	131.386.798	11.535.716	6.047.684	4.225.078	3.316.556	2.775.447

Sumber: Data diambil dari update harga emas sesuai web Antam/supplier emas

Produk ini menggunakan akad Murabahah (di bawah tangan) dan diikat dengan akad rahn (gadai). Jika dibandingkan dengan produk lainnya, investasi emas memiliki keunggulan untuk menjamin perencanaan keuangan seseorang ataupun keluarga khususnya dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan nilai emas sebagai logam mulia cenderung naik setiap tahunnya sehingga tidak terpengaruh inflasi. Dengan begitu, kepemilikan emas akan meningkatkan aset dari nasabahnya.²

Produk cicil emas memang memiliki kualitas yang baik dan sangat menguntungkan bagi setiap orang yang memilikinya.³ Pengaruh masyarakat

²Johny Budiman, Florentina Jasmine, and Lovis Vernando, 'Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI', *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7.1 (2023), pp. 14–23, doi:10.29408/jpek.v7i1.7502.

³Ricci Rosinta, Ahmad Dasuki Aly, and Indra Sudrajat, 'Strategi Marketing Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sudirman Indramayu', *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 3.1 (2024), pp. 31–38, doi:10.31943/jsef.v3i1.37.

memilih melakukan investasi emas juga dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti harga emas, dikenal investasi yang terjamin, dapat memenuhi kebutuhan likuiditas, pengaruh status sosial, pengaruh iklan atau promosi dan permintaan musiman, dalam penelitian ini para responden juga percaya bahwa emas dapat dijual kapan saja sehingga memenuhi kebutuhan likuiditas secara mendadak, orang juga merasa investasi emas dapat menaikkan pengakuan sosial, harga emas akan menjadi patokan orang dalam melakukan investasi di waktu yang tepat, emas dipercaya merupakan investasi terjamin.⁴

Produk emas merupakan salah satu produk investasi yang populer karena nilainya meningkat setiap tahun dan nilainya terus berfluktuasi terhadap mata uang. Fluktuasi harga emas sendiri merupakan gejala naik turunnya harga emas, atau perubahan harga emas. Fluktuasi harga emas erat kaitannya dengan permintaan dan pasokan di pasar global. Peningkatan permintaan dari sektor industri, investasi, dan perhiasan dapat meningkatkan harga emas, sementara penurunan pasokan atau penemuan tambang baru dapat memberikan tekanan ke arah sebaliknya. Emas merupakan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia kepada nasabah, tentu sebelum nasabah berinvestasi terhadap produk emas, Pengetahuan tentang harga emas penting karena emas memiliki peran yang signifikan dalam kondisi ekonomi global. Harga emas dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, inflasi, ketidakpastian politik dan permintaan pasar.⁵ Berdasarkan evaluasi awal maka

⁴Budiman, Jasmine, and Vernando.

⁵Mustika Shahana and Mukhlis M Nur, 'Jurnal Ekonomi Revolusioner Pengaruh Harga Emas dan Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Minat Masyarakat pada Pembiayaan Cicilan Emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kc Lhokseumawe)', 7.10 (2024), pp. 90–97.

diperoleh informasi terkait jumlah nasabah yang memilih pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang selama periode 2023-2024. Berikut jumlah nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang periode 2023- 2024.

Tabel 1.2 Jumlah nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang periode Januari 2023- Desember 2024

Periode	Jumlah Nasabah
Januari-Desember 2023	137
Januari-Desember2024	169

Sumber : *Data diambil di BSI Cab Enrekang yang diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel di atas maka pada tahun 2023, jumlah nasabah yang terdaftar dalam program cicil emas di BSI Cabang Enrekang berjumlah 137 nasabah. Ini menunjukkan bahwa pada tahun tersebut, ada 137 individu yang mengikuti program cicil emas, yang kemungkinan merupakan pembelian atau cicilan emas melalui bank tersebut.

Pada tahun 2024, jumlah nasabah meningkat menjadi 169 nasabah. Ini menunjukkan adanya pertumbuhan dalam jumlah peserta program cicil emas di cabang Enrekang pada tahun ini, dengan selisih 31 nasabah dibandingkan tahun sebelumnya.

Secara keseluruhan, tabel tersebut mengindikasikan adanya peningkatan jumlah nasabah program cicil emas di BSI Cabang Enrekang dari tahun 2023 ke 2024, yang bisa mengindikasikan semakin populernya program tersebut atau keberhasilan promosi yang dilakukan oleh bank.

Menurut informasi yang saya dapatkan dari Pawning Sales Officer Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang, jumlah ini secara perlahan mulai meningkat. Meskipun tidak terlalu besar tapi setidaknya hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan mulai terlihat. Oleh karena itu, pemasaran harus lebih diperkuat agar peningkatan yang terjadi bisa semakin besar dan signifikan.

Penelitian Budiman, dkk membahas mengenai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk cicilan emas di Bank Syariah Indonesia, faktor yang dibahas mengenai faktor pelayanan, sosial, pribadi, dan promosi, dimana dari segi pelayanan nasabah mendapatkan perlakuan positif dari staf atau karyawan BSI, nasabah juga mencari informasi dengan orang sekitar terkait pengambilan keputusannya yang disebut faktor sosial, sedangkan ada nasabah yang memiliki tujuan, pengetahuan, status dan peran tersendiri yang membuat mereka memilih produk ini, promosi yang diberikan oleh BSI untuk produk pembiayaan cicilan emas juga cukup banyak dan informasinya yang mudah ditemukan di media sosial, sehingga seluruh faktor tersebut berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah cicil emas di BSI.⁶

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama terjadinya loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas terhadap layanan bank Syariah akan mentransformasikan perasaannya tersebut menjadi loyalitas yang ditunjukkan dengan pembelian kembali secara konsisten dan menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk dan layanan dari Bank Syariah. Pelanggan yang

⁶Budiman, Jasmine, and Vernando.

merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan menjadi loyal dalam waktu yang lama. Bank Syariah sebagai lembaga dalam bidang jasa tentunya harus meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas layanan untuk membangun loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa nyaman, aman, diperhatikan kebutuhannya dan kesesuaian bank dengan prinsip-prinsip Islam yang merupakan bagian dari kualitas layanan, akan merasakan kepuasan yang berujung pada loyalitas.⁷

Berbagai konsep yang berkembang saat ini menyiratkan bahwa citra perusahaan sangat penting sebagai sarana atau alat untuk meraih keunggulan bersaing di pasar.⁸ Untuk dapat maju dan terus berkembang, perusahaan harus membuktikan bahwa perusahaan tersebut dapat dipercaya.⁹ Memiliki Image yang baik dimata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra dapat mendukung dan merusak nilai yang konsumen rasakan. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperpuruk kestabilan suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan, dan meningkatkan

⁷Muhammad Zakiy and Evrita Putri Azzahroh, 'Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2017), pp. 26–38.

⁸Damirah. *Manajemen Keuangan*. solok: mitra cendekia media, 2022.

⁹ Trian Fisman Adisaputra, Suherwin, Mutiara Nurarsy, Lisa Mariska, Sarina Syam, Aqmalia Azzahra, Nurul Huda, and Putri Agriyaningsih. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan." *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2023): 63–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>.

loyalitas pelanggan.¹⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk Cicil Emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang. Secara spesifik, penelitian ini akan mengkaji sejauh mana produk cicil emas mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah yang menggunakannya, baik dari segi kemudahan akses, sistem pembayaran, maupun layanan yang diberikan. Serta menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara tingkat kepuasan nasabah terhadap produk cicil emas dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah, seperti intensi untuk tetap menggunakan produk, merekomendasikan produk kepada orang lain, atau beralih ke produk lain di bank yang sama. Memberikan rekomendasi praktis kepada Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang mengenai upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap produk cicil emas. Hal ini guna memberikan saran yang dapat membantu pihak bank dalam memperbaiki atau mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan bahwa produk cicil emas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian, produk ini diharapkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah dalam hal kemudahan, fleksibilitas, dan keuntungan yang

¹⁰Nurudin . Nurudin, 'Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi', *Jurnal Stie Semarang*, 10.1 (2018), pp. 17–37, doi:10.33747/stiesmg.v10i1.84.

ditawarkan, seperti cicilan yang terjangkau dan pembelian emas secara mudah. Dan dapat menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk cicil emas, semakin besar kemungkinan nasabah akan tetap setia menggunakan produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI). Memberikan gambaran tentang faktor-faktor kunci yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap produk cicil emas, seperti kualitas pelayanan, kemudahan proses, transparansi biaya, dan dukungan layanan pelanggan. Hasil ini akan memberikan wawasan bagi BSI Cabang Enrekang untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam produk dan layanan mereka.

Harapan lainnya adalah agar hasil penelitian ini memberikan rekomendasi yang berguna bagi pihak manajemen BSI Cabang Enrekang dalam meningkatkan produk cicil emas dan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Hal ini akan membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta memperkuat posisi kompetitif BSI di pasar perbankan syariah. Dan juga dapat berkontribusi pada pengembangan teori terkait produk pembiayaan emas, khususnya dalam konteks perbankan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara produk perbankan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah di sektor ini.

Para nasabah sendiri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam proses pembelian dan cicilan emas. Mereka menginginkan

sistem yang mudah, cepat, dan tidak rumit, serta akses yang lebih luas untuk mendapatkan produk emas dengan cara yang lebih fleksibel tanpa harus memiliki dana yang besar di awal. Sebagai bank syariah, masyarakat berharap bahwa produk cicil emas di BSI memberikan jaminan bahwa transaksi yang dilakukan sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, bebas dari unsur riba dan gharar (ketidakpastian). Mereka ingin merasa aman dan nyaman saat menggunakan produk ini, mengetahui bahwa transaksi mereka sah secara hukum dan agama.¹¹

BSI berharap nasabah yang menggunakan produk cicil emas juga akan lebih memahami produk perbankan syariah secara keseluruhan. Ini termasuk memahami konsep syariah dalam transaksi keuangan, serta keuntungan dan manfaat dari investasi emas. Tujuannya untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan nasabah dan masyarakat, yang pada gilirannya akan memperkuat hubungan bank dengan nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan produk cicil emas dapat memberikan rekomendasi positif kepada keluarga, teman, atau kolega mereka untuk menggunakan produk serupa. Ini akan memperluas basis nasabah dan meningkatkan potensi pemasaran dari mulut ke mulut. Tujuannya untuk meningkatkan akuisisi nasabah baru melalui rekomendasi dan promosi dari nasabah yang sudah ada, serta memperluas jangkauan produk cicil emas.

Namun, meskipun produk cicil emas menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabah, keberhasilan produk ini dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan

¹¹ Nur, Sri Wahyuni, Ulfa Hidayati, and Nurfitriani Nurfitriani. "Analisis Perputaran Piutang Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep." *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2020): 42–51. <https://doi.org/10.46918/pay.v2i1.591>.

menciptakan tingkat kepuasan serta loyalitas yang tinggi masih perlu dianalisis lebih lanjut. Kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank. Dalam konteks produk cicil emas, beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk itu sendiri, kemudahan proses, tingkat transparansi biaya, serta pelayanan yang diberikan oleh bank. Jika nasabah merasa puas dengan produk ini, mereka cenderung akan tetap loyal dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.¹²

Namun, di sisi lain, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang dalam menghadirkan produk cicil emas yang benar-benar memenuhi harapan nasabah. Seperti halnya produk perbankan lainnya, keberhasilan produk Cicil Emas dalam menciptakan kepuasan nasabah sangat bergantung pada bagaimana bank dapat mengelola hubungan dengan nasabah, memastikan kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang memadai. Selain itu, pengaruh produk cicil emas terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi lokal, tingkat pemahaman masyarakat mengenai produk syariah, dan preferensi investasi masyarakat yang dapat berubah seiring waktu.

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan nasabah terhadap solusi pembiayaan yang berbasis syariah, penting bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang untuk mengevaluasi sejauh mana produk Cicil Emas dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

¹² Fani, Rezki. "Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Rentabilitas Ekonomi." *Bongaya Journal of Research in Management* 8, no. 2 (2025).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana produk Cicil Emas mempengaruhi kepuasan nasabah, serta bagaimana kepuasan tersebut berhubungan dengan tingkat loyalitas nasabah terhadap bank. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pihak BSI Cabang Enrekang dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah terutama di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi BSI Cabang Enrekang dalam merumuskan kebijakan terkait produk cicil emas terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas bagi nasabah. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan adanya pengaruh produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah.

B. Rumusan Masalah

1. Seberapa baik kualitas produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang?
2. Seberapa baik tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk cicil emas dengan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan kualitas produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang.
2. Untuk membuktikan tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang
3. Untuk membuktikan apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk cicil emas dengan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang.
4. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai pengaruh produk cicilan emas terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti dan pembaca dalam memahami produk cicil emas, sehingga masyarakat lebih mengenal dan memahami produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis :Menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah, serta mengembangkan keterampilan penelitian di bidang perbankan syariah.

- b. Bagi Mahasiswa :Menjadi referensi dan bahan kajian bagi mahasiswa yang tertarik meneliti pengaruh produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah, serta memperkaya literatur di bidang perbankan syariah..
- c. Bagi Masyarakat : Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk cicil emas, sehingga mendorong minat untuk memilihnya.
- d. Bagi Bank Syariah : untuk memberikan informasi yang berguna bagi pihak BSI Cabang Enrekang untuk meningkatkan produk dan layanan guna meningkatkan kepuasan nasabah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu atau relevan merujuk pada rangkaian hasil-hasil studi yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dan memiliki hubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini juga berfungsi sebagai referensi untuk memperdalam pemahaman teoritis serta sebagai sumber data yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu menjadi salah satu referensi bagi penulis dalam melaksanakan penelitian, sehingga penulis dapat memperdalam dan memperkaya teori yang diterapkan¹³.

- a. Fenny Syahputri “Pengaruh kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara empirik pengaruh kualitas produk tabungan, kualitas layanan internet banking, kepercayaan secara langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di BNI Syariah..¹⁴Grand teori yang digunakan pada variabel kualitas produk adalah teori *disconfirmation of expectations* yang dikemukakan oleh Richard L. Oliver. Grand teori yang digunakan pada variabel kepuasan nasabah adalah teori yang dikemukakan oleh kotler dalam jurnal yang menyatakan bahwa kunci kunci untuk mempertahankan

¹³Yayu Padaniyah and Haryono S.Pd, M.Si. “Perspektif Sosiologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19,” POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen 3, no. 1 (2021), hal 32, <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.902>.

¹⁴Fenny Syahputri, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bni Syariah*, *Pharmacognosy Magazine*, 2021, LXXV.

pelanggan adalah kepuasan konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh positif terhadap kepuasan, dengan nilai statistik t (t hitung) 2,4635. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Adapun perbedaannya yaitu terdapat pada variabel independen, dimana penelitian terdahulu memiliki variabel independen kualitas produk tabungan, kualitas layanan internet banking dan kepercayaan sedangkan penelitian sekarang memiliki variabel independen kualitas produk cicil emas.

- b. Fatmavati Sulaiman Putri “Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada risolle Indonesia di kota parepare, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} adalah 4,785 lebih besar dengan nilai t_{tabel} 1,661. Metode Pembayaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota parepare dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$ nilai t_{hitung} adalah 5,324 lebih besar dengan nilai t_{tabel} 1,661. Kualitas produk dan metode pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota parepare, dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 114,826 $> F_{tabel}$ 3,09 dan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$. Variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 69,7% sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam

penelitian ini.¹⁵ Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu produk Cicil Emas. Adapun perbedaannya yaitu terdapat pada variabel dependen, dimana penelitian terdahulu memiliki variabel dependen peningkatan profitabilitas sedangkan penelitian sekarang memiliki variabel dependen kepuasan dan loyalitas nasabah.

- c. Nur Aina “Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare dan seberapa besar berpengaruh Penerapan nilai-nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare. Grand teori yang digunakan pada variabel keunggulan produk adalah teori yang dikemukakan oleh Isnadi dalam Kusumastuti. Berdasarkan teori tersebut indikator keunggulan produk adalah kualitas produk dan keunikan produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji one sample t test, diperoleh bahwa Keunggulan Produk (X1), Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y) mempunyai klasifikasi yang sangat baik dengan masing-masing nilai 80%, 80% dan 80%. Berdasarkan hasil korelasi bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Keunggulan Produk (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) dilihat dari nilainya $0,007 < 0,05$. Dan Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai $0,035 < 0,05$. Sedangkan hasil dari korelasi secara simultan bahwa terdapat hubungan yang

¹⁵Fatmavati Sulaiman Putri, ‘Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare’, *Ayan*, 15.1 (2024), pp. 37–48.

positif dan signifikan secara bersama-sama antara Keunggulan Produk (X1), Penerapan Nilai-nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai $0,002 < 0,05$. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Adapun perbedaannya yaitu terdapat pada variabel independen, dimana penelitian terdahulu memiliki variabel independen yaitu keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam sedangkan penelitian sekarang adalah kualitas produk cicil emas.

- d. Hasriani “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji one sample t test, diperoleh bahwa Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y) mempunyai klasifikasi yang sangat baik dengan masing-masing nilai 85%, 80% dan 80%. Berdasarkan hasil korelasi bahwa tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) dilihat dari nilainya $0,254 > 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai $0,004 < 0,05$. Sedangkan hasil dari korelasi secara simultan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai $0,004 < 0,05$. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Adapun perbedaannya yaitu terdapat pada variabel independen, dimana penelitian terdahulu memiliki

variabel independen yaitu kualitas layanan dan kepercayaan nasabah sedangkan penelitian sekarang adalah kualitas produk cicil emas.

B. Tinjauan Teori

1. Kualitas Produk Cicil Emas

a. Pengertian Kualitas Cicil Emas

Kualitas adalah tingkat sejauh mana suatu produk, layanan, atau proses memenuhi kebutuhan, harapan, atau standar tertentu. Kualitas bisa bersifat objektif (berdasarkan spesifikasi teknis) maupun subjektif (berdasarkan persepsi pengguna).

Cicil emas merupakan produk kepemilikan emas kepada masyarakat. Produk ini memberi kesempatan kepada masyarakat memiliki emas lantakan (batangan) dengan cara mencicil dan untuk dilakukan penilaian (penaksiran) agunan. Hasil taksiran tersebut, berpengaruh terhadap nilai pembiayaanyang diajukan oleh nasabah.

Kualitas produk cicil emas adalah kemampuan layanan cicilan emas untuk memberikan jaminan kepemilikan, kemudahan transaksi, keamanan dana, kejelasan harga, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah, sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang adil, transparan, dan terpercaya. Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah, yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Produk cicil emas adalah produk yang di keluarkan oleh Bank Syariah Indonesia sejak 25 Maret 2013 yang merupakan produk kepemilikan emas kepada masyarakat

yang di dasarkan pada penerapan prinsip syariah. Memiliki emas dengan cara mencicil, membayar sejumlah uang muka yang besarnya antara 20% hingga 45% dari nilai emas yang di kehendaki, kemudian lama waktu yang di berikan oleh BSI cicil emas adalah 2 tahun dan maksimal 5 tahun.¹⁶

BSI Cicil Emas adalah salah satu layanan yang disediakan BSI dimana nasabah dapat membeli batangan dengan cara mencicil. Jika di bandingkan dengan produk lainnya, investasi emas memiliki keunggulan untuk menjamin perencanaan keuangan seseorang ataupun keluarga khususnya dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan nilai emas sebagai logam mulia cenderung naik setiap tahunnya sehingga tidak terpengaruh inflasi. Dengan begitu, kepemilikan emas akan meningkatkan aset dari nasabahnya.¹⁷

Investasi emas merupakan investasi yang relatif aman. Emas banyak dipergunakan sebagai standar keuangan di berbagai negeri di dunia dan emas juga dapat digunakan sebagai perhiasan serta cadangan devisa. Investasi emas berupa logam mulia adalah investasi yang paling mudah dikarenakan dapat digunakan sebagai pelindung nilai saat kritis. Namun untuk melakukan investasi logam mulia, investor memerlukan biaya awal yang tidak sedikit. Guna mengatasi masalah tersebut bank syariah meluncurkan produk cicil emas dimana para nasabah dapat membeli emas secara cicil melalui bank syariah Mandiri dengan menggunakan skema murabahah. Emas tidak terpengaruh oleh tingkat inflasi ataupun kebijakan moneter pemerintah. Bahkan ketika terjadi krisis ekonomi, harga emas cenderung baik. Dan keadaan ekonomi mulai

¹⁶Rahmad Hendi Zaelani, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2022), pp. 14–24.

¹⁷Budiman, Jasmine, and Vernando.

membalik, harga emas juga cenderung stabil. Harga emas dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan. Hal ini dikarenakan persediaan emas di perut bumi sangat terbatas. Emas adalah bahan tambang yang jumlahnya semakin lama akan semakin berkurang, sedangkan permintaan emas semakin bertambah. Itulah yang menyebabkan harga emas dari tahun ke tahun mengalami kenaikan.¹⁸

b. Mekanisme Pembiayaan Cicil Emas

Perubahan yang terjadi pada dunia, sehingga masyarakat juga akan merubah keputusan investasi yang hendak diambil terutama dalam cicilan emas. Alasannya karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dimasa yang akan datang. Pengaruh masyarakat memilih melakukan investasi emas juga dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti harga emas, dikenal dengan investasi yang terjamin, dapat memenuhi kebutuhan likuiditas, pengaruh status sosial, pengaruh iklan atau promosi dan permintaan musiman, dalam penelitian ini para responden juga percaya bahwa emas dapat dijual kapan saja sehingga memenuhi kebutuhan likuiditas secara mendadak, orang juga merasa investasi emas dapat menaikkan pengakuan sosial, harga emas akan menjadi patokan orang dalam melakukan investasi diwaktu yang tepat. Emas dipercaya merupakan investasi terjamin, dan responden juga sedikit menyetujui promosi menjadi salah satu pengaruh.

Berikut prosedur pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah¹⁹ :

¹⁸Ai Siti Nurjadidah, Jalaludin, and Ahmad Damiri, 'Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang', *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4.2 (2020), pp. 95–111, doi:10.37726/ee.v4i2.122.

¹⁹Asti Marlina and Yuninda Hartati, 'Prosedur Pembiayaan Cicil Emas DI Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman Bogor', *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 7.1 (2019), p. 1, doi:10.32832/moneter.v7i1.2511.

1. Nasabah mengajukan permohonan pembiayaan cicil Emas dan bertemu dengan petugas penaksir dan mengisi formulir permohonan.
2. Petugas wajib menjelaskan kepada nasabah tentang semua fitur dan karakteristik produk secara lisan dan tulisan terkait hal-hal berikut :
 - a. Persyaratan calon nasabah
 - b. Biaya-biaya yang akan dikenakan
 - c. Biaya pengelolaan pembiayaan dan administrasi dilakukan pada saat penandatanganan akad pembiayaan.
 - d. Besarnya uang muka yang harus dibayar nasabah
 - e. Tata cara pelunasan
 - f. Tata cara penyelesaian apabila terjadi tunggakan angsuran atau nasabah tidak mampu membayar
 - g. Konsekuensi apabila terjadi tunggakan angsuran atau nasabah yang tidak mampu membayar.
 - h. Hak dan kewajiban nasabah apabila terjadi aksekusi agunan emas
3. Nasabah menyerahkan semua dokumen terkait permohonan pembiayaan
4. Petugas menerima dokumen permohonan pembiayaan Cicil Emas nasabah dan memeriksa kelengkapannya
5. Selanjutnya petugas melakukan verifikasi dokumen dan income (pendapatan) nasabah untuk selanjutnya dituangkan dalam Nota Analisa Pembiayaan (NAP). Dalam penyusunan NAP, calon nasabah wajib dilakukan pengecekan kualitas pembiayaan melalui proses BI Checking. Calon nasabah dapat di proses lebih lanjut pembiayaannya apabila kualitas pembiayaan dari proses BI Checking menunjukkan koleabilitas 1 (lancar).

Apabila terdapat hasil Non Lancar, maka nasabah harus menyelesaikan pembiayaan tersebut terlebih dahulu dengan menunjukkan bukti pelunasan dari bank yang bersangkutan. NAP kemudian diserahkan kepada kepala cabang untuk dimintai persetujuan.

6. Kepala cabang mereview NAP dan memberikan keputusan atas pembiayaan yang diajukan
7. Setelah pembiayaan disetujui, petugas menghubungi nasabah untuk memberi informasi kepada nasabah untuk melakukan akad pembiayaan.
8. Nasabah dan bank melakukan akad pembiayaan. Setelah itu nasabah wajib membayar uang muka sebesar 0,2 dari harga emas yang telah disepakati pada saat akad dan juga biaya administrasinya.
9. Petugas menghubungi supplier emas untuk memastikan ketersediaan emas dan harga untuk order emas nasabah. Ada tidaknya barang tetap di konfirmasikan terlebih dahulu ke supplier emas, apabila barangnya ada maka emas yang di pesan oleh nasabah langsung ada.
10. Supplier emas mengantarkan emas ke BSI dan diserahkan kepada penaksiran untuk dilakukan penilaian (penaksiran) agunan. Hasil taksiran tersebut, berpengaruh terhadap nilai pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.
11. Pencairan pembiayaan:
 - a. Nasabah telah memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia
 - b. Sebelum dilakukan pencairan pembiayaan, nasabah wajib membayar seluruh biaya-biaya, seperti biaya administrasi, asuransi jaminan dan juga biaya materai.

- c. Hasil pencairan pembiayaan di kredit ke rekening nasabah, selanjutnya ditransfer ke rekening supplier emas
- d. Bukti pembelian emas harus disimpan di bank
- e. Hasil jaminan berupa emas lantakan/batangan yang menjadi objek pembiayaan dapat diketahui nasabah melalui foto jaminan setelah proses pencairan. Bila nasabah menginginkan melihat langsung jaminannya dapat langsung ke bank setelah pencairan pembiayaan. Khusus untuk emas yang dibeli dari PT Antam, nasabah dapat melihat jaminannya kurang lebih 10 hari kerja setelah proses pencairan di Bank Syariah Indonesia.

BSI Cicil Emas merupakan pembiayaan kepemilikan emas Logam Mulia dengan keunggulan dapat membeli emas Logam Mulia dengan harga saat akad, dapat dicicil dan angsuran tetap. Syarat dan ketentuannya di gambarkan dalam *tabel 1.3*

Tabel 1.3 Syarat dan Ketentuan

Informasi	Deskripsi
Nama Produk	Cicil Emas
Akad yang digunakan	Murabahah
Syarat Dokumen	<ul style="list-style-type: none"> • KTP • NPWP (Pembiayaan > Rp 50 juta)
Usia	Minimal 21 tahun, Maksimal 60 tahun saat jatuh tempo.

Sumber: *Instagram @banksyariahindonesia.id yang diolah oleh peneliti*

c. Karakteristik produk cicilan emas di bank syariah

Pembiayaan BSI Cicil Emas merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh BSI untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan dengan cara yang sangat mudah dan menguntungkan. Selain investasi, cicil emas juga diharapkan mampu menjadi wadah untuk masyarakat untuk lebih selektif menyelamatkan dana yang dimiliki agar tidak terbuang dengan sia-sia. Khusus kepada nasabah pembiayaan, mereka hanya mengetahui pembiayaan syariah secara garis besar saja, yaitu menggunakan prinsip bagi hasil (mudharabah). Sebenarnya pembiayaan syariah bukan hanya menggunakan prinsip bagi hasil saja. Tetapi banyak prinsip-prinsip syariah lain digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI)

Kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan pembiayaan produk emas. Berikut merupakan kelebihan dari cicil emas:

1. Bisa membeli emas dengan dana terbatas.
2. Emas tersimpan aman.
3. Emas dapat dijadikan jaminan ketika ada kebutuhan mendesak.
4. Disiplin menabung

Sementara itu juga terdapat beberapa kelemahan yang terjadi dalam transaksi cicil emas, seperti halnya, Nasabah membayar uang muka minimal 20%, Bunga cicilan tiap bulan dan Jika gagal melunasi cicilan, maka emas tersebut dilelang atau ditarik oleh pihak bank.²⁰

d. Indikator Kualitas Produk Cicil Emas

²⁰Zaelani.

Teori kualitas produk berasal dari konsep product quality yang di kemukakan oleh David A. Garvin yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah dinamis dan bergantung pada harapan dan persepsi konsumen. Kualitas yang tinggi harus dapat memuaskan dan melebihi harapan pelanggan serta memenuhi kebutuhan mereka.

a. Kejelasan dan Kesesuaian Akad Syariah

Kejelasan akad adalah syarat esensial agar semua pihak memahami perjanjian dengan transparan, menghindari ketidakpastian dan potensi perselisihan. Dan kesesuaian akad menjamin bahwa akad dilakukan sesuai syariah, tidak melanggar prinsip halal, adil, dan bebas dari riba, gharar, dan unsur terlarang lainnya.

b. Transparansi Biaya Cicilan

Transparansi biaya cicilan adalah bagian dari kewajiban moral dan hukum syariah dalam menjaga akad tetap sah, adil, dan bebas dari gharar. Dalam praktiknya, hal ini harus dicerminkan dalam penjelasan biaya secara tertulis.

Transparansi Biaya diBSI merujuk pada upaya Bank Syariah Indonesia untuk memberikan informasi yang jelas dan terbuka mengenai biaya-biaya yang dikenakan kepada nasabah. BSI juga memastikan bahwa seluruh biaya dan produk yang ditawarkan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti riba (bunga). Kemudahan Proses.

c. Kemudahan Proses Pengajuan

Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu di mana mereka menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Kemudahan proses

pengajuan adalah tingkat kenyamanan, kecepatan, dan kejelasan prosedur yang dirasakan oleh nasabah saat mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Oleh sebab itu, apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.²¹

d. Kecepatan Proses Persetujuan

Kecepatan proses persetujuan adalah waktu yang dibutuhkan sejak pengajuan pembiayaan oleh nasabah hingga keputusan disetujui atau ditolak secara resmi oleh lembaga keuangan syariah. Kecepatan ini harus didukung oleh prosedur yang efisien dan terstandar, teknologi digital yang mendukung otomatisasi, tim analis dan pengawas syariah yang terlatih dan responsive, transparansi kepada nasabah.

e. Fleksibilitas Tenor dan Nominal Cicilan

Fleksibilitas tenor dan nominal cicilan adalah bentuk pelayanan yang memudahkan nasabah dalam memenuhi kewajibannya secara syariah, tanpa mengandung unsur riba, gharar, atau ketidakadilan. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang mendorong kemudahan (taysir) dan keadilan dalam muamalah.

f. Edukasi dan Informasi Produk

Edukasi dan informasi produk menurut Garvin berkaitan dengan dimensi kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), di mana pengetahuan, komunikasi, dan edukasi dari produsen kepada konsumen sangat penting untuk membangun kepercayaan dan persepsi positif terhadap produk.

g. Keamanan dan Kejaminan Syariah

²¹Annisa Tri Kirana and Bambang Waluyo, 'Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada BSI', 3 (2020).

Keamanan dan kejaminan syariah adalah jaminan bahwa transaksi aman secara teknis dan etis, serta sesuai dengan prinsip syariah Islam, dengan pengawasan oleh badan otoritatif agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hukum Islam.

h. Dukungan Layanan Digital

Dukungan layanan digital menurut kerangka Garvin paling dekat dengan *serviceability* (kemudahan mendapat bantuan/dukungan), diperkuat oleh *features* (fitur digital), dan memengaruhi *perceived quality* (kesan keseluruhan pelanggan terhadap kualitas produk/layanan). Kualitas produk/layanan ditingkatkan bila mudah diperbaiki atau didukung, dan respons terhadap masalah pelanggan cepat serta efisien.

i. Keuntungan Transaksi

Keuntungan transaksi merujuk pada manfaat atau nilai yang diperoleh oleh individu atau perusahaan dari melakukan transaksi tertentu, baik itu dalam bentuk produk, jasa, ataupun kegiatan finansial lainnya. Dalam konteks perbankan dan ekonomi, keuntungan transaksi dapat melibatkan berbagai aspek yang menguntungkan, tergantung pada jenis transaksi yang dilakukan. Keuntungan transaksi adalah nilai lebih yang diperoleh dari setiap tindakan transaksi yang dilakukan, baik itu dalam bentuk keuntungan finansial, kemudahan, keamanan, atau akses ke layanan yang lebih baik.

j. Keandalan Produk

Keandalan didefinisikan sebagai profitabilitas bahwa suatu produk, sistem, atau layanan akan menjalankan fungsi yang dimaksudkan secara memadai selama periode waktu tertentu, atau akan beroperasi di lingkungan

tertentu tanpa kegagalan. Keandalan produk pengaruhnya cukup besar terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan produk yang diberikan kepada nasabah, semakin besar kepuasan yang mereka rasakan.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepuasan adalah keadaan psikis yang menyenangkan yang dirasakan oleh pekerja dalam suatu lingkungan pekerjaan karena terpenuhinya semua kebutuhan secara memadai. Sedangkan Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).²²

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Dari definisi diatas kita melihat bahwa adanya kesinambungan antara kinerja produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan akan menghasilkan kepuasan tersendiri dari diri konsumen. Hal ini bisa dirasakan konsumen secara langsung

²²Syahputri, LXXV.

Kepuasan adalah respon dari suatu emosional yang dapat dirasakan oleh nasabah ketika dapat menikmati sebuah pengalaman dengan menggunakan suatu produk atau jasa dari perbankan syariah. Setelah menggunakan produk atau jasa pada suatu bank syariah, nasabah akan puas atau kecewa. Faktor pendorong nasabah bersedia menggunakan kembali produk suatu bank syariah adalah kepuasan.²³

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pengertian lain dari kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan/nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan/ nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas staf. Fakta menunjukkan bahwa menarik pelanggan jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan pada saat ini juga memicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.²⁴

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau

²³Anis Afaf Azizah, 'Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth Dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.02 (2024), pp. 2198–2213.

²⁴Rizal Zulkarnain, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2020, pp. 1–24.

hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.²⁵

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pembelian ulang, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dari kedua pendapat di atas, maka kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam upaya relationship marketing untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan nasabah dalam konteks perbankan merujuk pada tingkat sejauh mana nasabah merasa puas atau terpenuhi harapannya terhadap layanan dan produk yang diberikan oleh bank. Kepuasan ini mencakup berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses, kecepatan layanan, keterjangkauan biaya, serta keberagaman produk yang ditawarkan oleh bank. Kepuasan nasabah menjadi kunci bagi bank untuk membangun loyalitas, meningkatkan retensi nasabah, dan mengurangi tingkat churn. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi, bank juga dapat memperoleh rekomendasi positif dan memperluas basis nasabahnya.

Dalam perspektif islam, sikap saling tolong menolong yang di ajarkan kepada umatnya harus selalu diterapkan guna memberikan kebaikan kepada sesama. Dalam hal muamalah, muslim harus *qona'ah* mengenai hal-hal

²⁵Abdul Razak, 'Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari', 3.2 (2018), pp. 91–102.

yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak *syar'i* dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam QS. At-Taubah (09) : 59

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ قُلْ سَأُخْبِرُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahan:

“Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.”²⁶

Transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan produk pelanggan, islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas produk yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen islam yang kokoh, dimana dasar bangunan tersebut dari Al-qur'an da Hadist.²⁷

²⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019

²⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Jakarta tahun 2019)

²⁷Syafira Ulfa, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', *Nucleic Acids Research*, 6.1 (2018), pp. 1–7.

Manfaat Kepuasan Nasabah Menurut Tjiptono adanya kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat, diantaranya :²⁸

- 1) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- 5) Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasannasabah

Persaingan dalam menghimpun nasabah yang dilakukan olehbeberapa bank, salah satunya perbankan syariah cabang Enrekang. Adabeberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan jasa perbankansyariah. Secara garis besar faktor-faktor tersebut dapat di bagi tiga yaitu: faktor bauran pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi danfaktor psikolog.²⁹

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atasdasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu.

²⁸Tjiptono

²⁹R Hadi, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional*, 2023.

Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktivitas.

Kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan, terutama dalam sektor perbankan atau layanan pelanggan. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Produk yang memenuhi kebutuhan nasabah, berkualitas tinggi, dan dapat diandalkan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Misalnya, dalam industri perbankan, produk seperti tabungan, pinjaman, atau kartu kredit harus memiliki fitur yang memadai, aman, dan mudah digunakan.

2) Pelayanan

Pelayanan yang ramah, cepat, dan efektif sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Pelayanan yang buruk, seperti antrean panjang, ketidakramahan staf, atau keterlambatan dalam menyelesaikan masalah, dapat menurunkan tingkat kepuasan. Pelayanan yang personal dan responsif terhadap keluhan nasabah juga berperan besar.

3) Harga

Harga produk atau layanan yang bersaing dan sesuai dengan nilai yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan. Nasabah cenderung merasa puas jika mereka merasa mendapatkan nilai yang baik dengan

harga yang dibayar. Jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas atau layanan yang diberikan, kepuasan nasabah dapat menurun.

4) Keandalan dan Keamanan

Keamanan produk atau layanan sangat penting untuk membangun rasa kepercayaan. Di sektor perbankan, misalnya, nasabah sangat memperhatikan keandalan dan keamanan transaksi mereka. Jika perusahaan dapat menjaga keamanan data pribadi dan transaksi finansial, nasabah akan merasa lebih puas dan lebih percaya untuk terus menggunakan produk atau layanan tersebut.

5) Aksesibilitas

Aksesibilitas yang mudah, baik itu dari segi lokasi fisik, layanan online, atau melalui berbagai kanal komunikasi, dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan. Sistem yang mudah diakses, aplikasi yang user-friendly, serta kemudahan dalam menghubungi layanan pelanggan akan memberikan pengalaman yang baik bagi nasabah.

6) Inovasi

Perusahaan yang selalu berinovasi dan menawarkan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan nasabah akan meningkatkan kepuasan. Inovasi ini bisa berupa fitur baru dalam produk atau layanan yang mempermudah nasabah atau meningkatkan efisiensi.

7) Reputasi Perusahaan

Reputasi yang baik di pasar juga berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Perusahaan yang memiliki reputasi positif cenderung

dipercaya lebih baik oleh nasabah, yang dapat meningkatkan rasa puas mereka terhadap produk dan layanan yang diterima.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Grand teori yang dapat digunakan pada variabel ini adalah teori *disconfirmation of expectations* yang dikemukakan oleh Richard L. Oliver. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dengan kinerja aktual yang dirasakan. Jika produk cicilan emas melebihi harapan nasabah, maka terjadi positif *disconfirmation* yang mengarah pada kepuasan.

a. Kepuasan Terhadap Manfaat Produk

Kepuasan pelanggan adalah respons emosional konsumen terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan, terutama bila dibandingkan dengan harapan awal. Kepuasan terhadap manfaat adalah hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dan manfaat aktual yang diterima, baik dari segi fungsi, kualitas, maupun nilai emosional. Kepuasan ini berperan penting dalam membentuk loyalitas dan rekomendasi pelanggan kepada orang lain.

b. Kesesuaian Harapan dan Kenyataan

Kepuasan ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Jika kenyataan sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan puas, jika kenyataan di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Ini adalah dasar penting dalam manajemen kepuasan pelanggan.

c. Niat untuk Menggunakan Kembali

Dalam teori kepuasan nasabah menurut Richard L. Oliver, niat untuk menggunakan kembali adalah bentuk perilaku yang muncul setelah konsumen merasa puas terhadap suatu produk atau layanan. Niat ini merupakan tahap awal dari loyalitas, dan menjadi indikator penting dalam keberhasilan jangka panjang suatu layanan atau perusahaan. Nasabah yang puas dengan layanan akan menilai manfaat lebih besar daripada harapan awal. Hal ini memunculkan niat berulang untuk kembali menggunakan produk/layanan.

d. Rekomendasi Kepada Orang Lain

Rekomendasi kepada orang lain adalah salah satu perilaku lanjutan dari kepuasan, yang menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya puas, tapi juga percaya dan loyal. Perilaku ini menjadi indikator kuat kualitas layanan, serta alat pemasaran alami yang sangat berpengaruh.

e. Kepuasan Terhadap Layanan

Kepuasan terhadap layanan adalah penilaian evaluatif nasabah setelah menggunakan layanan, dengan fokus pada apakah layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Oliver menekankan bahwa kepuasan adalah penilaian keseluruhan yang didasarkan pada pengalaman sebelumnya, yang dipengaruhi oleh perbandingan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual dari layanan yang diterima, emosi dan perasaan pelanggan setelah menerima layanan.

3. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk merupakan salah satu elemen kunci dalam membentuk persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas tinggi

akan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka.³⁰

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta nilai produk secara keseluruhan. Produk yang berkualitas akan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Kepuasan nasabah adalah respons emosional yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan dari kinerja produk. Apabila kualitas produk sesuai atau melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.

Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepuasan nasabah karena memenuhi atau melampaui harapan mereka. Kepuasan ini dapat berdampak pada loyalitas, retensi nasabah, dan persepsi positif terhadap merek.

Grand teori yang sangat relevan dalam menilai hubungan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah yaitu *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) merupakan salah satu teori paling banyak digunakan untuk menjelaskan proses terbentuknya kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah hasil evaluasi pelanggan terhadap kinerja aktual suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya sebelum menggunakan produk tersebut.³¹ Jika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Namun, jika kinerja

³⁰Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management* (Edisi ke-15). New Jersey: Pearson Education. 2016.

³¹Oliver, R. L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

produk lebih rendah dari harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Dalam konteks ini, terdapat tiga bentuk *disconfirmation*:

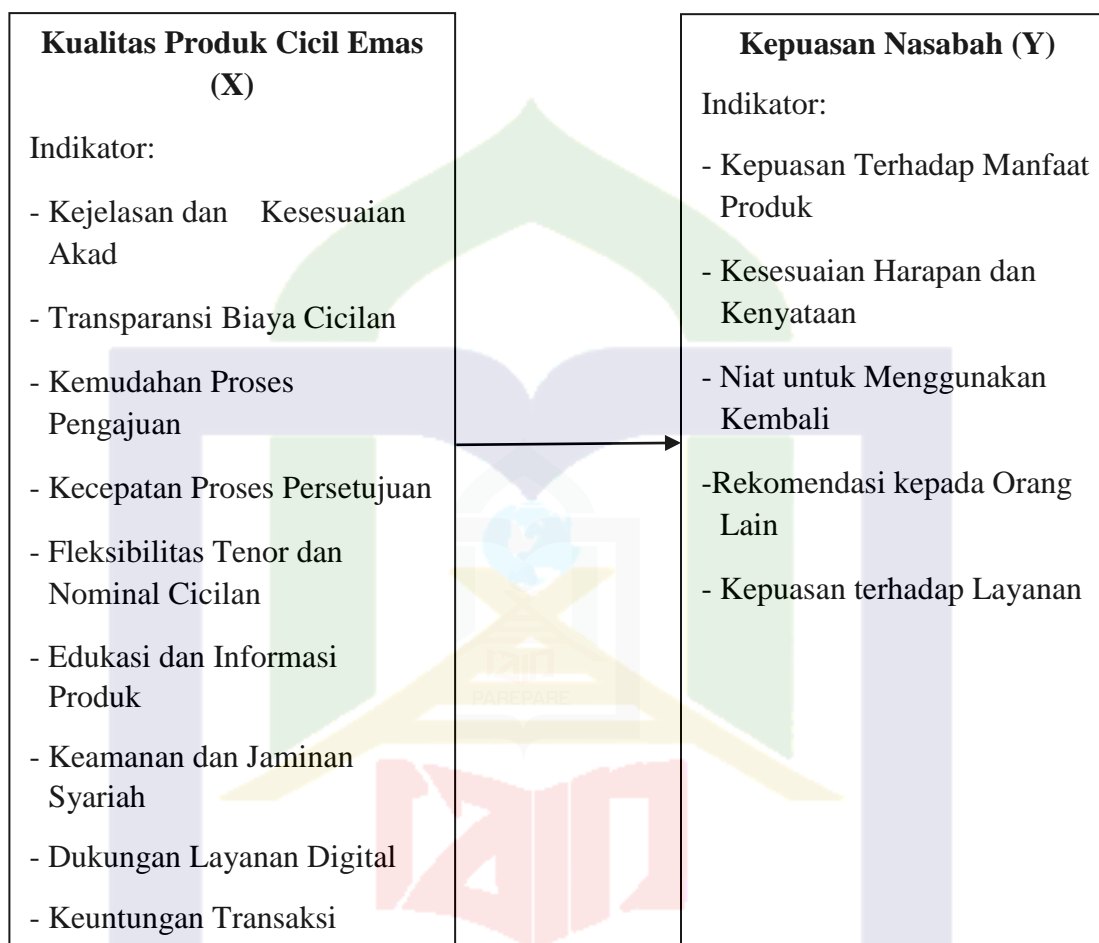
- a. *Positive disconfirmation* (diskonfirmasi positif), ketika kinerja melebihi harapan dan menghasilkan kepuasan tinggi
- b. *Confirmation* (konfirmasi), ketika kinerja sesuai harapan dan menghasilkan kepuasan yang netral atau standar
- c. *Negative disconfirmation* (diskonfirmasi negatif), ketika kinerja berada di bawah harapan dan menimbulkan ketidakpuasan.

Teori ini sangat relevan dalam menilai hubungan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah. Produk yang memiliki kualitas tinggi cenderung mampu memenuhi bahkan melampaui harapan nasabah, sehingga menciptakan positive *disconfirmation* dan meningkatkan kepuasan. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif yang berujung pada loyalitas nasabah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Berdasarkan teori dan konsep yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diusulkan suatu skema yang dapat dijadikan kerangka dalam melakukan penelitian yang terorganisir dan terarah. Dalam penelitian ini kita dapat melihat kerangka reflektif khususnya kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap produk cicil emas di BSI. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu produk cicil emas sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.

Kerangka pikir Gambar 2.1



D. Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Kualitas produk cicil emas adalah kemampuan layanan cicilan emas untuk memberikan jaminan kepemilikan, kemudahan transaksi, keamanan dana, kejelasan harga, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah, sehingga dapat memenuhi harapan

pelanggan dengan cara yang adil, transparan, dan terpercaya. Cicil emas merupakan produk kepemilikan emas kepada masyarakat. Produk ini memberi kesempatan kepada masyarakat memiliki emas lantakan (batangan) dengan cara mencicil dan untuk dilakukan penilaian (penaksiran) agunan. Hasil taksiran tersebut, berpengaruh terhadap nilai pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.

Kepuasan pelanggan/nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan/ nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas staf. Fakta menunjukkan bahwa menarik pelanggan jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan pada saat ini juga memicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Moh Iskandar dengan judul Pengaruh Customer Relationship Management, Corporate Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Brebes Bumiayu). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah customer relationship management dan corporate image berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer relationship management berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan penelitian terdahulu diuraian diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

H_a : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti mengacu pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi dari IAIN Parepare sebagai panduan utama, namun tetap memperhatikan buku-buku panduan metode penelitian lainnya. Buku tersebut membahas berbagai aspek seperti jenis penelitian, lokasi, waktu, serta teknik pengumpulan dan analisis data.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dimana hasil dari penelitian ini diperoleh dari data yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif sering disebut juga sebagai metode *discovery*, karena dengan pendekatan ini, peneliti dapat menemukan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi baru, dengan data yang diperoleh berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Menurut Sugiyono, pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel dilakukan secara acak (random), dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian yang telah ditentukan, dengan analisis data yang bersifat statistik³².

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (kausalitas), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen (kualitas produk cicil emas) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

³²Muh. Yani Balaka."Metodologi Penelitian Kuantitatif", ed. Ahmaddien Iskandar (Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), hal 11.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang, di kota Enrekang. Lokasi ini dipilih karena BSI Cabang Enrekang memiliki fasilitas yang memadai untuk melakukan penelitian, dengan adanya data dan sumber daya yang relevan bagi peneliti. Selain itu, lokasi cabang yang strategis di pusat Enrekang memudahkan pengumpulan data dan interaksi dengan nasabah. Adapun kisaran waktu yang dilakukan dalam penelitian ini kurang lebih 1 bulan lamanya.

1. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan Bank Syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Melalui surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83 %, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih

baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin)

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

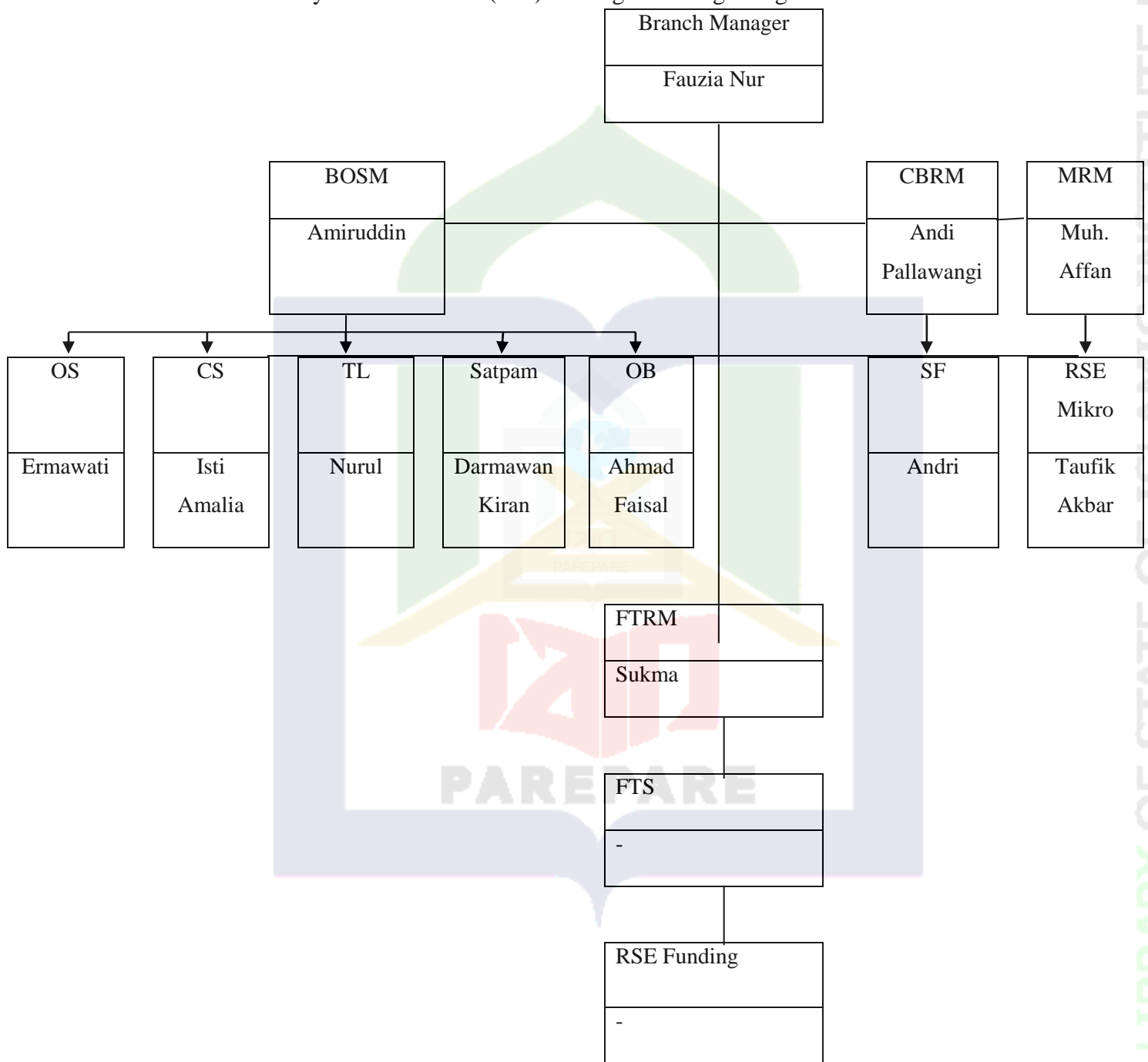
b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang

Struktur Organisasi harus didefinisikan dengan jelas sebagai kerangka yang menguraikan tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing fungsi dalam organisasi. Struktur organisasi yang jelas memastikan bahwa tugas tidak digandakan, membuat tugas lebih jelas, lebih fokus dan terencana,

yang dapat menghasilkan hasil yang lebih efektif. Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang sebagai berikut:



Tugas, tanggung jawab dan wewenang jabatan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Enrekang sebagai berikut:

1. Pimpinan

Menyusun dan menetapkan strategi perusahaan seperti merumuskan visi, misi, dan rencana strategis jangka pendek dan panjang sesuai prinsip-prinsip syariah, Mengarahkan pengembangan produk dan layanan berbasis syariah, Meningkatkan pangsa pasar dan daya saing bank syariah. Menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan seperti berkomunikasi aktif dengan OJK, Bank Indonesia, pemegang saham, dan Masyarakat, mewakili bank dalam kegiatan sosial, CSR, dan dakwah ekonomi syariah. Pelaporan dan akuntabilitas seperti menyusun dan menyampaikan laporan keuangan dan laporan kinerja kepada pemegang saham dan regulator, menyampaikan laporan tahunan kepada public secara transparan dan akuntabel.

2. BOSM (*Branch Operation & Service Manager*)

Mengelola operasional cabang seperti memastikan seluruh proses operasional cabang berjalan sesuai SOP dan prinsip syariah, mengawasi transaksi teller, customer service, serta aktivitas kas dan back office, menjamin keamanan fisik dan data di lingkungan cabang.. Menjaga kualitas layanan nasabah seperti mengawasi layanan frontliner agar memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan sesuai standar syariah, menangani keluhan dan kebutuhan nasabah secara professional, meningkatkan pengalaman nasabah melalui pengelolaan antrian, kenyamanan ruang layanan, dll

3. CBRM (*Customer Business Relationship Manager*)

CBRM adalah ujung tombak bisnis BSI yang berperan strategis dalam memperluas portofolio pembiayaan dan menjaga loyalitas nasabah melalui layanan

berbasis nilai-nilai Islam. Jabatan ini berperan penting dalam pengelolaan hubungan bisnis dengan nasabah, khususnya di segmenritel, UMKM, atau korporat, tergantung unit kerjanya.

4. MRM (*Market & Recovery Manager*)

Penanganan pembiayaan bermasalah (Non-Performing Financing / NPF) seperti mengidentifikasi pembiayaan nasabah yang mengalami tunggakan atau berpotensi macet, menyusun strategi penanganan pembiayaan bermasalah sesuai prinsip syariah (rescheduling, restructuring, reconditioning, melakukan pendekatan persuasive kepada nasabah untuk penyelesaian kewajiban. MRM adalah garda terakhir dalam menjaga kualitas aset bank. MRM adalah garda terakhir dalam menjaga kualitas aset bank. Ia tidak hanya menangani masalah, tapi juga membantu menciptakan system pencegahan dan pemulihan yang kuat sesuai nilai-nilai syariah.

5. SF (*Sales Force*)

Sales Force adalah ujung tombak dalam memperluas jangkauan layanan BSI kemasyarakatan. Peran mereka sangat penting dalam mewujudkan inklusi keuangan syariah. Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu akuisisi nasabah baru seperti melakukan prospek dan pendekatan kepada calon nasabah individu maupun kelompok, menawarkan produk perbankan syariah seperti pembiayaan mikro/konsumer, tabungan, giro, deposito, membangun database nasabah potensial dan menjaga hubungan yang baik.

6. RSE Mikro (*Relationship Sales Executive Mikro*)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu akuisisi nasabah micro seperti mencari dan menjaring calon nasabah mikro (UMKM, pedagang pasar, usaha

rumahan, melakukan pendekatan secara langsung (canvassing, kunjungan ke pasar/tempat usaha), mengenali karakter dan potensi usaha calon nasabah sesuai prinsip 5C (Character, Capacity, Capital, Condition, Collateral). Menawarkan dan menjual produk pembiayaan mikro seperti memasarkan produk pembiayaan mikro syariah seperti BSI KUR, BSI Mitra Mikro, dan BSI Mikro Berkah, menjelaskan akad-akad syariah seperti murabahah, musyarakah, atau ijarah kepada nasabah, memberikan informasi yang jelas, jujur, dan sesuai prinsip syariah.

7. OS (*Operation Staff atau Officer Service*)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu menjalankan operasional harian cabang seperti memproses transaksi keuangan harian seperti etoran, penarikan, pemindahbukuan, dan transaksi giro, mendukung pelaksanaan layanan front-office dan back-office sesuai prosedur operasional, membantu dan memastikan kelengkapan transaksi. Menjamin kepatuhan terhadap SOP dan prinsip syariah seperti memastikan setiap proses operasional sesuai dengan prosedur standar internal bank dan prinsip syariah, menghindari praktik yang bertentangan dengan ketentuan DSN-MUI dan regulasi OJK/BI.

8. CS (*Customer Service*)

Petugas layanan nasabah yang bertanggung jawab melayani kebutuhan administratif dan informasi nasabah secara langsung di kantor cabang. CS adalah garda depan dalam menciptakan pengalaman layanan yang baik dan profesional sesuai nilai-nilai syariah. Adapun tugas dan tanggung jawabnya seperti pelayanan nasabah di Front Office seperti melayani nasabah yang datang untuk membuka rekening tabungan, giro, deposito, atau produk lainnya, memberikan informasi terkait produk dan layanan perbankan syariah secara jelas dan edukatif, membantu

nasabah dalam perubahan data (alamat, nomor HP, e-mail, tanda tangan, dll).Pembukaan rekening dan aktivasi layanan seperti memproses pembukaan rekening sesuai prosedur dan prinsip syariah (KYC dan AML/CFT), melakukan input data nasabah kesistem core banking, mengaktifkan layanan e-channel seperti mobile banking, internet banking, SMS banking, dan kartu ATM.

9. TL (*Team Leader*)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu memimpin dan mengelola tim pemasaran seperti membina, mengarahkan, dan mengontrol kinerja anggota tim (Sales / RSE), melakukan briefing harian dan memberimotivasi agar tim mencapai target, melakukan evaluasi dan penilaian kinerja tim secara berkala. Menyusun Strategi Pemasaran seperti membuat dan menjalankan strategi pemasaran produk pembiayaan atau pendanaan sesuai wilayah kerja, menentukan segmentasi pasar dan strategi akuisisi nasabah potensial, mengarahkan tim agar fokus pada produk unggulan (misalnya: BSI KUR, Tabungan Easy Wadiah, dll).

10. Satpam

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu Satpam bertugas menjaga keamanan seluruh area operasional bank, termasuk gedung, lingkungan sekitar, nasabah, karyawan, dan aset perusahaan. Ini mencakup mencegah tindakan kriminal, gangguan, serta pelanggaran keamanan lainnya. Satpam mengawasi lalu lintas orang dan barang yang masuk dan keluar dari gedung bank. Mereka mencatat identitas tamu, mengarahkan tempat tujuan, serta memeriksa barang bawaan sesuai SOP (Standard Operating Procedure).

11. FTRM (*Funding & Treasury Relationship Manager*)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu FTRM bertanggung jawab dalam membina dan mengembangkan hubungan bisnis dengan nasabah, khususnya segmen korporasi, institusi, dan nasabah prioritas yang memiliki potensi besar dalam penghimpunan dana (funding) dan transaksi treasury. FTRM dituntut untuk mencapai target penghimpunan dana (dana murah seperti giro dan tabungan serta deposito) dari nasabah. Ia harus mampu memahami kebutuhan nasabah dan menawarkan produk yang sesuai, seperti tabungan bisnis, giro perusahaan, atau deposito syariah.

12. FTS (*Funding and Transaction Specialist*)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu FTS bertugas mengelola dan meningkatkan perolehan dana pihak ketiga, seperti tabungan, giro, dan deposito dari nasabah perorangan maupun bisnis. Ia bertanggung jawab memenuhi target penghimpunan dana sesuai yang ditetapkan oleh bank. FTS memberikan edukasi kepada nasabah tentang manfaat produk-produk perbankan syariah dan cara penggunaannya. Ia juga mendampingi nasabah dalam proses pembukaan rekening, aktivasi layanan digital, dan penggunaan fasilitas transaksi.

13. RSE Funding (*Retail Sales Executive Funding*)

Tugas utama RSE Funding adalah menghimpun dana dari nasabah individu, baik dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito. RSE bertanggung jawab memenuhi target yang telah ditetapkan oleh bank, dengan fokus pada dana murah (CASA).

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu menurut P. Sugiyono,

Dari pendapat yang telah dikemukakan diatas, maka penulis memahami dengan jelas bahwa populasi yang dimaksud disini adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yang merupakan populasi peneliti adalah nasabah yang melakukan transaksi produk cicilemas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang.

Tabel 3.1 Data Populasi Penelitian

Periode	Jumlah Nasabah
Januari-Desember 2024	169

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau sebagian populasi yang diharapkan dapat melewati karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu.

Dari gambar 3.1 di atas dapat dilihat karena besar populasi berjumlah 169 jiwa sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini harus representatif agar

hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan menggunakan rumus dengan perhitungan sederhana.

Adapun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BSI Cabang Enrekang yang memakai produk cicil emas, dengan menggunakan *Teknik Purposive Sampling* adalah salah satu jenis dari non-random sampling. Jadi *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan penilaian sendiri terhadap sampel diantara populasi yang dipilih. Penilaian itu diambil tentunya apabila memenuhi kriteria tertentu yang sesuai dengan topik penelitian. Sementara dalam menentukan ukuran sampel penelitian menggunakan teknik slovin dengan taraf kesalahan 1% atau 0,01. Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N =Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 =Error Level (tingkat kesalahan) (Catatan : umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1. (catatan dapat dipilih oleh peneliti)

Penyelesaian:

$$n = \frac{169}{1 + (169)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{169}{1+(169)(0,01)}$$

$$n = \frac{169}{1+1,69}$$

$$n = \frac{169}{2,69}$$

$$n = 63$$

Hasil dari perhitungan sampel menggunakan rumus slovin diatas adalah 62,82 sehingga menghasilkan 63 responden.

D. Teknik pengumpulan data dan pengolahan data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian secara akurat, seperti melalui wawancara, angket, observasi, tes, dan dokumentasi³³.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

a. Kuesioner

Teknik kuesioner (daftar pertanyaan) adalah metode pengumpulan data yang menggunakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara terstruktur untuk dijawab oleh responden³⁴.

Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Menurut Purwanto, kuesioner sering digunakan dalam penelitian kuantitatif dan berisi pernyataan yang disusun tentang variabel yang diteliti. Alat ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi mengenai sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik responden yang berkaitan dengan topik penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kelurahan

³³Abigail Soesana and dkk."Metodologi Penelitian Kuantitatif", ed. Abdul Karim (Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2023), hal.47-49.

³⁴Annita Sari, dkk. "Dasar-Dasar Metodologi Penelitian", (Jayapura: CV. Angkasa Pelangi, 2022) hal. 104.

Pangkajene. Tekniknya yaitu dengan membagikan kuesioner online yang dibuat menggunakan google form yang berisi pertanyaan dan pernyataan kepada para responden.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi daftar pertanyaan tertutup yaitu menjawab secara singkat dimana ada pertanyaan dan jawaban yang disiapkan sehingga responden hanya akan memilih jawaban yang ada. Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial, dimana setiap pertanyaan mempunyai opsi yaitu :

Tabel 3.3 Tabel Instrumen Skala likert

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : *Buku Ajar Metode Penelitian, diolah oleh peneliti*

2. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menjelaskan bagaimana prosedur pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif maka peneliti dalam mengolah data menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Package for the Social*

Sciences) versi 24. SPSS merupakan program aplikasi yang digunakan untuk mengolah data statistic atau data yang berupa angka.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan konsturk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitas yang dapat berubah-ubah nilainya. Definisi operasional adalah pemberian definisi suatu variabel yang memberikan penjelasan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian mempunyai definisi tersendiri yang digunakan untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran terhadap variabel yang diteliti.

1. Variabel bebas/ Independen (Kualitas Produk cicil emas)

Cicil emas merupakan produk kepemilikan emas kepada masyarakat. Produk ini memberi kesempatan kepada masyarakat memiliki emas lantikan (batangan) dengan cara mencicil dan untuk dilakukan penilaian (penaksiran) agunan. Hasil taksiran tersebut, berpengaruh terhadap nilai pembiayaan yang diajukan oleh nasabah. Menurut teori yang dikemukakan oleh David A. Garvin maka secara garis besar, indikator Kualitas produk cicil emas yang termasuk dalam variabel ini adalah :

a. Kejelasan dan Kesesuaian Akad

Kejelasan akad adalah syarat esensial agar semua pihak memahami perjanjian dengan transparan, menghindari ketidakpastian dan potensi perselisihan. Dan kesesuaian akad menjamin bahwa akad dilakukan sesuai syariah, tidak melanggar prinsip halal, adil, dan bebas dari riba, gharar, dan unsur terlarang lainnya.

b. Transparansi Biaya Cicilan

Transparansi biaya cicilan adalah bagian dari kewajiban moral dan hukum syariah dalam menjaga akad tetap sah, adil, dan bebas dari gharar.

c. Kemudahan Proses Pengajuan

Kemudahan proses pengajuan adalah tingkat kenyamanan, kecepatan, dan kejelasan prosedur yang dirasakan oleh nasabah saat mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

d. Kecepatan Proses Persetujuan

Kecepatan proses persetujuan adalah waktu yang dibutuhkan sejak pengajuan pembiayaan oleh nasabah hingga keputusan disetujui atau ditolak secara resmi oleh lembaga keuangan syariah.

e. Fleksibilitas Tenor dan Nominal Cicilan

Fleksibilitas tenor dan nominal cicilan adalah bentuk pelayanan yang memudahkan nasabah dalam memenuhi kewajibannya secara syariah, tanpa mengandung unsur riba, gharar, atau ketidakadilan.

f. Edukasi dan Informasi Produk

Edukasi dan informasi produk menurut Garvin berkaitan dengan dimensi kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), di mana pengetahuan, komunikasi, dan edukasi dari produsen kepada konsumen sangat penting untuk membangun kepercayaan dan persepsi positif terhadap produk.

g. Keamanan dan Kejaminan Syariah

Keamanan dan kejaminan syariah adalah jaminan bahwa transaksi aman secara teknis dan etis, serta sesuai dengan prinsip syariah Islam, dengan

pengawasan oleh badan otoritatif agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hukum Islam.

h. Dukungan Layanan Digital

Dukungan layanan digital menurut kerangka Garvin paling dekat dengan *serviceability* (kemudahan mendapat bantuan/dukungan), diperkuat oleh *features* (fitur digital), dan memengaruhi *perceived quality* (kesan keseluruhan pelanggan terhadap kualitas produk/layanan). Kualitas produk/layanan ditingkatkan bila mudah diperbaiki atau didukung, dan respons terhadap masalah pelanggan cepat serta efisien.

i. Keuntungan Transaksi

Keuntungan transaksi adalah nilai lebih yang diperoleh dari setiap tindakan transaksi yang dilakukan, baik itu dalam bentuk keuntungan finansial, kemudahan, keamanan, atau akses ke layanan yang lebih baik.

j. Keandalan Produk

Keandalan didefinisikan sebagai profitabilitas bahwa suatu produk, sistem, atau layanan akan menjalankan fungsi yang dimaksudkan secara memadai selama periode waktu tertentu, atau akan beroperasi di lingkungan tertentu tanpa kegagalan

2. Variabel terikat/dependen (Kepuasan Nasabah)

Kepuasan nasabah dalam konteks perbankan merujuk pada tingkat sejauh mana nasabah merasa puas atau terpenuhi harapannya terhadap layanan dan produk yang diberikan oleh bank. Kepuasan ini mencakup berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses, kecepatan layanan, keterjangkauan biaya, serta keberagaman produk yang ditawarkan oleh bank. Kepuasan nasabah

menjadi kunci bagi bank untuk membangun loyalitas, meningkatkan retensi nasabah, dan mengurangi tingkat churn. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi, bank juga dapat memperoleh rekomendasi positif dan memperluas basis nasabahnya. Menurut teori yang dikemukakan oleh Richard L. Oliver maka secara garis besar, indikator Kepuasan Nasabah yang termasuk dalam variabel ini adalah :

a. Kepuasan Terhadap Manfaat Produk

Kepuasan terhadap manfaat adalah hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dan manfaat aktual yang diterima, baik dari segi fungsi, kualitas, maupun nilai emosional

b. Kesesuaian Harapan dan Kenyataan

Kepuasan ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Jika kenyataan sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan puas, jika kenyataan di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas.

c. Niat untuk Menggunakan Kembali

Dalam teori kepuasan nasabah menurut Richard L. Oliver, niat untuk menggunakan kembali adalah bentuk perilaku yang muncul setelah konsumen merasa puas terhadap suatu produk atau layanan.

d. Rekomendasi Kepada Orang Lain

Rekomendasi kepada orang lain adalah salah satu perilaku lanjutan dari kepuasan, yang menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya puas, tapi juga percaya dan loyal.

e. Kepuasan Terhadap Layanan

Kepuasan terhadap layanan adalah penilaian evaluatif nasabah setelah menggunakan layanan, dengan fokus pada apakah layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau alat pengumpul data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan instrument tertentu akan dideskripsikan dan dilampirkan atau digunakan untuk menguji hipotesis yang akan diajukan dalam suatu penelitian.³⁵ Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan angket dan kuesioner. Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang gejala atau masalah yang ada di masyarakat atau dialaminya. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. Kemudian indikator tersebut menjadi tolak ukur untuk mengukur item-item instrument berupa pertanyaan dan pernyataan.³⁶

Untuk mengukur berbagai pendapat yang dilontarkan oleh responden maka akan digunakan 5 skala likert dengan memberi skor dari tiap jawaban kuesioner yang diisi responden dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 3.4 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Jenis Pernyataan	Jenis Jawaban	Skor
Positif	Sangat Setuju	5

³⁵ ayu nurul Amelia, *Penyusunan Instrumen Penelitian* (penerbit NEM, 2023). h. 1-2

³⁶ aziz alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Validitas-Reliabilitas* (health books publishing, 2021).

	Setuju	4
	Ragu/Netral	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian dengan tujuan untuk memperoleh kesimpulan yang valid. Statistik adalah sekumpulan data yang disajikan dalam berbagai bentuk, seperti tabel, daftar, diagram, atau ukuran tertentu, contohnya statistic tentang penduduk, kelahiran, dan pertumbuhan ekonomi. Statistik juga merujuk pada ilmu yang mempelajari tentang pengumpulan, pengelompokan, penyajian, pengolahan data, serta penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan berdasarkan masalah tertentu.

Analisis data adalah proses untuk mengidentifikasi dan menyusun secara terstruktur hasil observasi, wawancara, serta data lainnya, dengan tujuan untuk memperdalam pemahaman peneliti terhadap kasus yang sedang diteliti dan menyajikan temuan tersebut agar dapat dipahami oleh orang lain³⁷.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas Data

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat diandalkan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas berfokus pada kemampuan suatu alat pengukur untuk menjalankan

³⁷Nurdewi Nurdewi. "Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara," SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah 1, no. 2 (2022), hal. 297–303.

fungsinya dengan tepat. Sebuah alat pengukur dikatakan valid jika alat tersebut dapat mengukur variabel yang sesuai dengan tujuannya, seperti misalnya timbangan yang digunakan untuk mengukur berat suatu benda³⁸.

Validasi didefinisikan sebagai ukuran yang menunjukkan seberapa akurat suatu tes dalam melaksanakan fungsi pengukurannya. Sebuah tes hanya dapat menjalankan fungsinya dengan tepat jika ada "sesuatu" yang diukurnya. Oleh karena itu, untuk dianggap valid, tes harus mengukur sesuatu dan melakukannya dengan tepat.

Melalui uji validitas, kita dapat menilai apakah item-item pertanyaan dalam kuesioner dapat dengan tepat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari responden, serta menyempurnakan kuesioner tersebut. Dalam menentukan kelayakan item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05. Artinya, suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total item dalam kuesioner tersebut³⁹.

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas, yang berasal dari kata "reliability," dalam konteks penelitian merujuk pada tingkat kepercayaan terhadap hasil pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya keabsahannya, sehingga data yang dihasilkan benar-benar relevan dengan

³⁸Slamet Widodo and Dkk. "Buku Ajar Metodologi Penelitian", Cv Science Techno Direct (CV Science Techno Direct Perum Korpri, Pangkalpinang, 2023), hal.53.

³⁹Miftachul ulum. "Buku Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas," Buku Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas, 2016, hal. 67.

tujuan penelitian. Uji ini juga bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban responden berdasarkan instrumen yang digunakan. Semakin reliabel suatu instrumen, semakin tinggi pula konsistensinya. Artinya, jika hasil pengujian dilakukan pada waktu yang berbeda dan responden memberikan jawaban yang konsisten, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel⁴⁰. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

Tabel 3.5 Kaidah Reliabilitas Guilford

Koefisien	Kriteria
<0,02	Tidak Reliable
0,02-0,39	Kurang reliable
0,4-0,69	Cukup reliable
0,70-0,89	Reliable
>0,9	Sangat reliable

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

. Uji normalitas sering digunakan untuk menguji data yang memiliki skala interval, ordinal, maupun rasio. Dalam penelitian kuantitatif, jika analisis menggunakan metode parametrik, salah satu syarat yang harus dipenuhi adalah bahwa data harus terdistribusi normal. Uji normalitas

⁴⁰ Abigail Soesana and dkk. "Metodologi Penelitian Kuantitatif", ed. Abdul Karim (Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2023), hal.75.

bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak⁴¹.

Data yang berdistribusi normal berarti data tersebut memiliki sebaran yang simetris, dengan bentuk yang dapat dianggap mewakili distribusi populasi secara umum. Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data yang diperoleh mengikuti distribusi normal. Salah satu metode grafik yang digunakan untuk uji normalitas adalah *normal probability plot*, di mana data yang berdistribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal tersebut, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Adapun kriteria dalam uji kolmogorov-Smirnow adalah:

- a) Jika nilai Asymp Sig (2-tailed) $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.
 - b) Jika nilai Asymp Sig (2-tailed) $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.
- b. Uji Heterokedasititas

Uji Heterokedasititas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi

⁴¹Anisa Fitri and dkk. "Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian", ed. Roal Watrianthos, (Yayasan Kita Menulis, 2023), [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20Buku%20Dasar-dasar%20Statistika%20untuk%20Penelitian.pdf), hal.57.

linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi maka model regresi dinyatakan valid sebagai alat peramalan. Dalam melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*, terdapat dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b) Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan linear antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y)⁴².

Persamaan regresi linier sederhana digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Dalam analisis ini, koefisien regresi dihitung untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen, dengan tujuan meminimalkan perbedaan antara nilai yang diamati (actual) dan nilai yang diprediksi (estimasi). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = \alpha + \beta . X + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

α = nilai linearitas regresi apabila variable X dimanipulasi

⁴²Gito Supriadi. "Statistik Penelitian Pendidikan", (Palangka Raya: UNY Press, 2021).

β = nilai koefisien regresi

X = media sosial

e = standar eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (Uji T)

Uji persial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam uji t terdapat kriteria pengujian yang dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau berdasarkan nilai signifikan sebagai berikut⁴³:

- 1) Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

b. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan uji F simultan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel atau berdasarkan nilai signifikansi yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung $< F_{tabel}$ atau jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai F hitung $> F_{tabel}$ atau jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

5. Uji Koefisien Determinasi(R^2)

⁴³A, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di BSI Kcp Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya." 2019

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini digunakan untuk mengetahui berapa persentase variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independent. Nilai adjusted R^2 besarnya antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Adjusted R^2 dikatakan baik jika semakin mendekati 1, nilai adjusted R^2-1 berarti variabel independent berpengaruh sempurna pada variabel dependen, sedangkan jika adjusted R^2-0 maka tidak ada pengaruh variabel independent pada dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang yang memakai produk cicil emas periode 2024. Metode yang digunakan adalah metode kuesioner dan dokumentasi. Responden yang diteliti yaitu sebanyak 63 responden, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	<25 tahun	8	12,7%
2.	25-34 tahun	22	34,9%
3.	35-44 tahun	18	28,6%
4.	45-54 tahun	10	15,9%
5.	>54 tahun	5	7,9%
	Total	63	100%

Sumber: *Data primer yang diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 25-34 tahun (34,9%), yang menunjukkan bahwa segmen usia produktif awal merupakan pengguna utama produk cicil emas BSI. Disusul oleh kelompok usia 35-44 tahun (28,6%), yang menunjukkan bahwa minat terhadap

investasi emas juga cukup tinggi dikalangan dewasa matang. Kelompok usia di bawah 24 tahun dan di atas 54 tahun memiliki proporsi yang lebih kecil, masing-masing dibawah 15%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase %
1.	Laki-laki	25	39,68%
2.	Perempuan	38	60,32%
	Total	63	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna produk cicil emas di BSI Cabang Enrekang adalah perempuan. Perempuan mendominasi 60,32%, sedangkan laki-laki berjumlah 39,68%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1.	Pegawai Negeri	18	28,57%
2.	Pegawai Swasta	20	31,75%
3.	Wirausaha	12	19,05%
4.	Ibu Rumah Tangga	8	12,70%
5.	Lainnya	5	7,93%
	Total	63	100%

Sumber: *Data primer yang diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden adalah pegawai swasta (31,75%), diikuti oleh pegawai negeri (38,57%). Pekerjaan lain seperti wirausaha, ibu rumah tangga, dan kategori lainnya juga berkontribusi signifikan.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Jadi Nasabah	Jumlah Responden	Presentase
1.	<1 tahun	10	15,87%
2.	1-3 tahun	25	39,68%
3.	4-6 tahun	18	28,57%
4.	>6 tahun	10	15,87%
	Total	63	100%

Sumber: *Data primer yang diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel diatas, responden terbanyak adalah yang telah menjadi nasabah selama 1-3 tahun (39,68%). Nasabah baru (<1 tahun) dan lama(>6 tahun) memiliki proporsi yang sama, yakni 15,87%.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengetahui setiap item pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak. Uji validitas ini dilakukan dengan komputer program *Statistical Packgefor Social Science* (SPSS). Berikut adalah tabel

hasil uji validitas setelah melakukan pengujian menggunakan IBM SPSS
Statistic 24:

Tabel 4.5 Hasil Uji validitas X

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk Cicil Emas (X)	1	0,752	0,205	Valid
	2	0,792	0,205	Valid
	3	0,766	0,205	Valid
	4	0,608	0,205	Valid
	5	0,795	0,205	Valid
	6	0,806	0,205	Valid
	7	0,737	0,205	Valid
	8	0,746	0,205	Valid
	9	0,773	0,205	Valid
	10	0,777	0,205	Valid

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel Kualitas Produk Cicil Emas (X) yang memiliki 10 item pernyataan semuanya valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
	1	0,873	0,205	Valid
	2	0,858	0,205	Valid
	3	0,824	0,205	Valid
	4	0,722	0,205	Valid

Kepuasan	5	0,803	0,205	Valid
Nasabah(Y)	6	0,733	0,205	Valid
	7	0,520	0,205	Valid
	8	0,561	0,205	Valid
	9	0,843	0,205	Valid
	10	0,650	0,205	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan hal pengujian diatas, menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) yang memiliki 10 item pernyataan semuanya valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran dan hasilnya. Untuk menguji reliabilitas biasanya menggunakan metode uji *cronbach alphas* dan dapat dikatakan reliabel jika nilainya lebih dari 0,60.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

No	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas Produk Cicil Emas (X)	0,915	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Kualitas Produk Cicil Emas (X) sebesar 0,915 dimana 0,988

>0,60, sehingga semua pernyataan dalam variabel ini dianggap reliabel dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

No	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1	Kepuasan Nasabah (Y)	0,903	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,903, dimana $0,903 > 0,60$ sehingga semua pernyataan dalam penelitian ini dianggap reliabel dan dapat dilanjutkan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas didefinisikan sebagai upaya untuk mengetahui apakah data variabel X dan Y yang diteliti termasuk distribusi normal. Kriteria uji normalitas yaitu data dikatakan normal jika nilai probabilitas $> 0,05$, sebaliknya data dikatakan tidak normal jika nilai probabilitas $< 0,05$.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4,42350011
Most Extreme	Absolute	.061

Differences	Positive	.061
	Negative	-.051
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikansi (sig) $0,200 > 0,05$.

3. Uji Hipotesis

a. Uji One Sampel t (test)

1) Hasil uji one sampel t test variabel Kualitas Produk Cicil Emas (X)

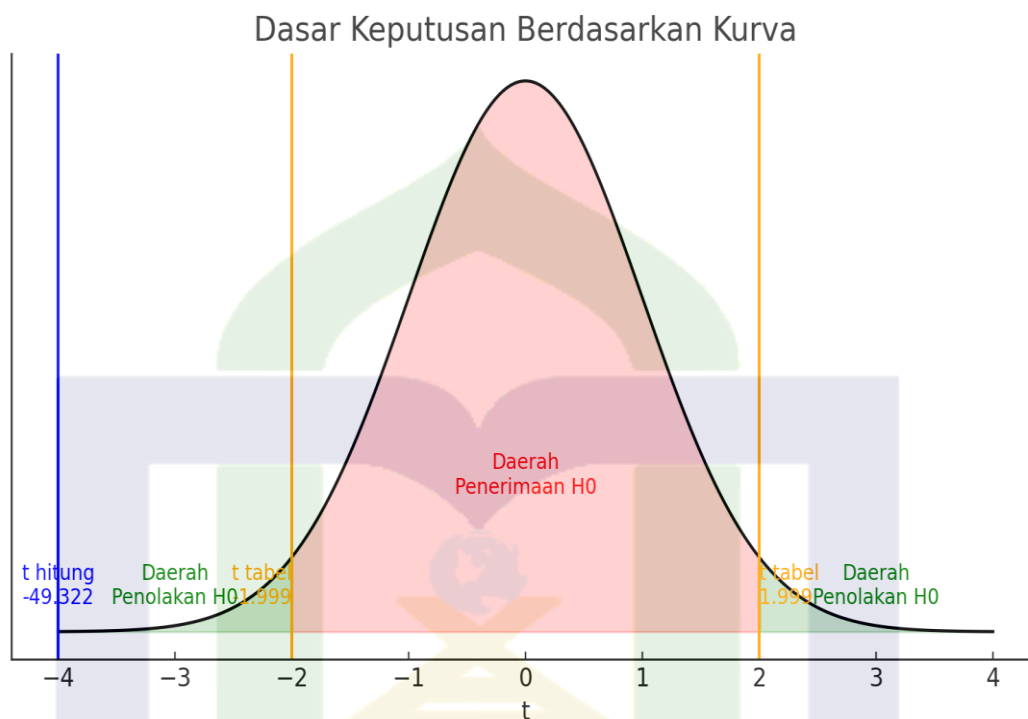
Skor ideal kualitas produk cicil emas (X) yaitu $5 \times 10 \times 63 = 3.150$ (5 = skor tertinggi, 10 = jumlah item instrumen, 63 = jumlah responden). Berdasarkan perhitungan dalam table jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 2584. Dengan demikian nilai kualitas produk cicil emas adalah $n = 2584 : 3150 = 0,82$ atau 82% dari yang diharapkan. Hipotesis statistiknya dapat dinyatakan sebagai H_0 untuk memperkirakan nilai yang dihipotesiskan setara dengan atau kurang dari 82% dari skor yang diharapkan. H_a menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari 82% dari skor ideal yang diinginkan.

Tabel 4.10 Hasil Uji One Sampel T-Test Variabel Kualitas Produk Cicil Emas (X)

One-Sample Test

	Test Value = 82					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X	-49,322	62	,000	-40,98413	-42,6452	-39,3231

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti



Berdasarkan hasil uji *one sampel t test* diatas diperoleh nilai Sig. (2-tailed) variabel kualitas produk cicil emas sebesar 0.000 dan nilai t hitung adalah -49,322

Nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima

Nilai t hitung = -49,332 > 1.999 t tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima

Berikut adalah kurva distribusi t yang menunjukkan:

Berikut adalah kurva distribusi t dengan:

- t hitung = -49,322 (digambarkan di ujung kiri dengan garis biru di posisi -4, karena nilai aslinya jauh di luar skala grafik)

- $t_{\text{tabel}} = \pm 1,999$ (garis oranye)
- Daerah Penolakan H_0 diwarnai hijau di luar $\pm 1,999$
- Daerah Penerimaan H_0 diwarnai merah di antara $-1,999$ dan $1,999$

Sehingga penjelasan kurva tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, karena t hitung berada jauh di luar daerah penerimaan.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dilihat hasil uji one sample t test dengan jumlah test value sebesar 82. Dari hasil uji one sample t test pada variable kualitas produk cicil emas (X) di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung yaitu $-49,322$ dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar $1,999$, maka H_0 ditolak H_a diterima karena $-49,322 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 82% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2584 atau 82.03% dari skor ideal 3150. Sehingga kualitas produk cicil emas berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.

2) Hasil uji one sampel t test variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Skor ideal kepuasan nasabah (Y) yaitu $5 \times 10 \times 63 = 3150$ ($5 =$ skortertinggi, $10 =$ jumlah item instrumen, $63 =$ jumlah responden). Berdasarkan perhitungan dalam table jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 2565. Dengan demikian nilai kepuasan nasabah adalah $2565 : 3150 = 0,81$ atau 81% dari yang diharapkan. Hipotesis statistic dapat dinyatakan sebagai H_0 , yang bertujuan untuk memperkirakan nilai yang diprediksi lebih kecil atau setara dengan 81% dari skor yang dianggap ideal. Sebaliknya, H_a menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari 81% dari skor ideal yang diinginkan.

Tabel 4.11 Hasil Uji One Sampel T-Test Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

One-Sample Test						
	Test Value = 81					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Y	-52,308	62	,000	-40,28571	-41,8253	-38,7462

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji *one sampel t test* diatas diperoleh nilai Sig. (2-tailed) variabel kepuasan nasabah sebesar 0,000 dan nilai t hitung adalah -52,308

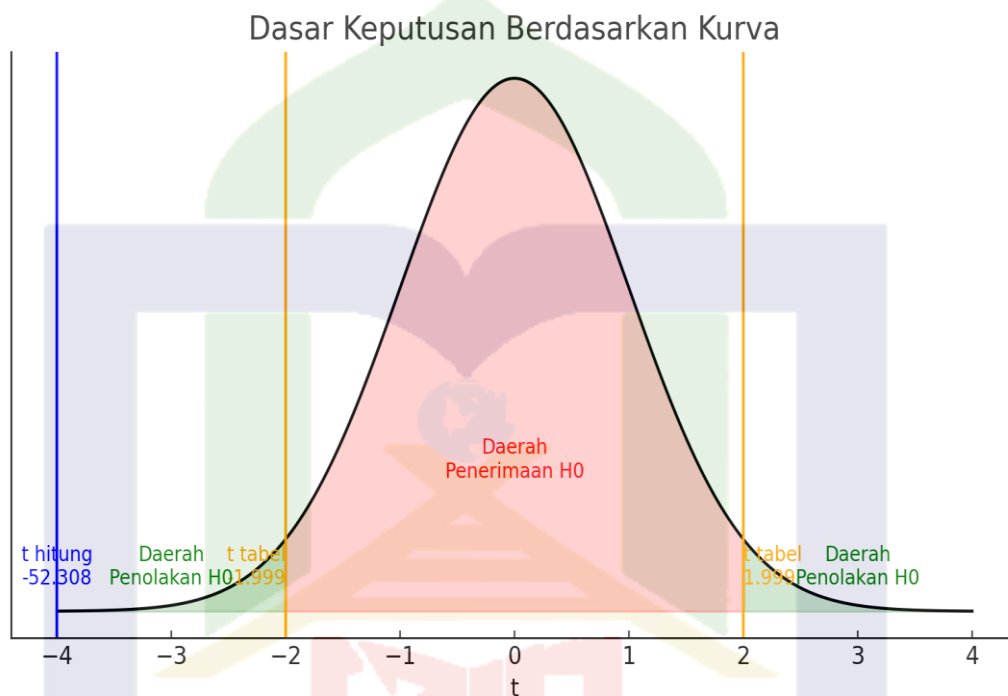
Nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima

Nilai t hitung = -52,308 > 1,999 t_{tabel} , maka H_0 ditolak H_a diterima

Berikut adalah kurva distribusi t yang menunjukkan:

Berikut adalah kurva distribusi t dengan:

- $t_{\text{hitung}} = -52.308$ (digambarkan dengan garis biru di ujung kiri, karena sangat ekstrem)



- $t_{\text{tabel}} = \pm 1.999$ (ditandai dengan garis oranye)
- Daerah penolakan H_0 berwarna hijau (di luar ± 1.999)
- Daerah penerimaan H_0 berwarna merah (antara -1.999 dan 1.999)

Sehingga penjelasan kurva tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} jauh di luar batas penolakan, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat dilihat hasil uji one sample t test dengan jumlah test value sebesar 81. Dari hasil uji one sample t test pada variable kepuasan nasabah (Y) di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} yaitu $-52,308$ dan nilai t_{tabel} yang diperoleh sebesar $1,999$, maka H_0 ditolak H_a

diterima karena $-52,308 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 81% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2565 atau 81% dari skor ideal 3150. Sehingga kepuasan nasabah berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.

k. Uji Korelasi Pearson Product Moment.

Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations		
		Kualitas Produk Cicil Emas
		Kepuasan Nasabah
Kualitas Produk Cicil Emas	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	,690**
	N	63
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	63

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

Sumber : *Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti*

Tabel diatas memperlihatkan bahwa koefisien korelasi 0,690 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang .Dari tabel diatas juga menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah 0,690.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan linear antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y).

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14,476	3,567		,000
	Kualitas Produk Cicil Emas	,640	,086	,690	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti

Nilai sebesar 14,476 angka ini merupakan angka constant yang mempunyai arti bahwa tidak ada persepsi nasabah (X) maka nilai kepuasan nasabah (Y) adalah 14,467 Sedangkan β merupakan angka koefisien regresi dimana nilai β sebesar 0,640 angka ini mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Produk Cicil Emas (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,640. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 1% Kualitas Produk Cicil Emas (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = \alpha + \beta . X + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

α = nilai linearitas regresi apabila variable X dimanipulasi

β = nilai koefisien regresi

X = variabel bebas

e = standard eror

Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta x + e \text{ atau } Y = 14,476 + 0,640x + e$$

Regresi diatas dapat di interpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta 14.476 menunjukkan besarnya tingkat kepuasan nasabah sebesar 14.476 jika variabel Kualitas Produk Cicil Emas (X) adalah 0 (nol).
- b. Persamaan regresi memperlihatkan bahwa variable Kualitas Produk Cicil Emas (X), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan Kepuasan Nasabah yaitu $\beta = 0,640$ yang berarti pengaruhnya sebesar 0,640 dimana apabila kepuasan nasabah naik satu satuan maka Kualitas Produk Cicil Emas akan naik sebesar 0,640 dengan asumsi variable independen yang lain konstan

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase (%) seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel dependen memiliki kekuatan yang sangat terbatas. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 3.8 Interpretasi Koefisien Kolerasi

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

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.468	4.45961

Sumber: *Data diolah dengan IBM SPSS 24 yang diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel model summary diatas, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,476. Nilai ini memiliki arti bahwa besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 0,476 atau 47,6% dan sisanya 52,4% (100% - 47,6%) dipengaruhi variabel lain. Artinya nilai 47,6% termasuk pada kategori sedang (0,40-0,599).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Kualitas merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan yang begitu ketat dan untuk membuat konsumen tetap memilih untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk dari suatu perusahaan yang sama. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana ketika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka akan membuat konsumen puas ketika menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya ketika kualitas yang dimiliki oleh suatu produk tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas karena apa yang dirasakannya tidak sesuai dengan yang diharapkannya.

Produk cicil emas merupakan salah satu produk investasi yang populer karena nilainya meningkat setiap tahun dan nilainya terus berfluktuasi terhadap mata uang. Fluktuasi harga emas sendiri merupakan gejala naik turunnya harga emas, atau perubahan harga emas.

Dari hasil uji one sample t test pada variabel kualitas produk cicil emas (X), maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung yaitu -49,322 dan nilai t tabel yang

diperoleh sebesar 1,999, maka H_0 diolok H_a diterima karena $-49,322 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 82% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2584 atau 82.03% dari skor ideal 3150. Sehingga kualitas produk cicil emas berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.

Teori yang relevan dengan hasil penelitian ini adalah teori *product quality* yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah dinamis dan bergantung pada harapan dan persepsi konsumen. Kualitas yang tinggi harus dapat memuaskan dan melebihi harapan pelanggan serta memenuhi kebutuhan mereka.⁴⁴

Teori kualitas produk berakar pada bagaimana konsumen merasakan nilai dari suatu produk, baik dari sisi fitur, daya tahan, kinerja, maupun kesesuaian dengan harapan. Setiap organisasi harus memahami persepsi ini agar dapat merancang, memproduksi, dan menyampaikan produk yang benar-benar dianggap "berkualitas" oleh pasar. Kualitas produk bersifat subjektif dan tergantung pada persepsi konsumen setelah membandingkan harapan awal dengan realita penggunaan. Inilah mengapa perusahaan harus memastikan bahwa produk tidak hanya berkualitas secara teknis, tetapi juga mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen.⁴⁵

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Fenny Syahputri yaitu Pengaruh kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, dan

⁴⁴David A. Garvin, "What Does 'Product Quality' Really Mean?", *Sloan Management Review* 26, no. 1 (1984): 25–43..

⁴⁵Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education (2016).

Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tabungan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y2). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan merasa puas dengan produk.⁴⁶

2. Kepuasan Nasabah Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Kepuasan adalah keadaan psikis yang menyenangkan yang dirasakan oleh pekerja dalam suatu lingkungan pekerjaan karena terpenuhinya semua kebutuhan secara memadai. Sedangkan Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).⁴⁷ Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Dari definisi diatas kita melihat bahwa adanya kesinambungan antara kinerja produk dan

⁴⁶Fenny Syahputri, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bni Syariah*, *Pharmacognosy Magazine*, 2021, LXXV.

⁴⁷Syahputri, LXXV.

pelayanan yang diberikan perusahaan akan menghasilkan kepuasan tersendiri dari diri konsumen. Hal ini bisa dirasakan konsumen secara langsung.

Dari hasil uji one sample t test pada variable kepuasan nasabah (Y) di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung yaitu -53,606 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,999, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena $-53,606 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 82% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2565 atau 81% dari skor ideal 3150. Sehingga kepuasan nasabah berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.

Teori yang relevan dengan hasil penelitian ini adalah teori *disconfirmation of expectations*. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dengan kinerja aktual yang dirasakan. Jika produk cicilan emas melebihi harapan nasabah, maka terjadi *positive disconfirmation* yang mengarah pada kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja di bawah harapan, terjadi *negative disconfirmation* yang mengarah pada ketidakpuasan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, disebut *confirmation*, dan biasanya menghasilkan kepuasan netral. Dengan demikian, teori ini menekankan bahwa kualitas persepsi konsumen bersifat subjektif dan sangat dipengaruhi oleh kesenjangan antara harapan dan realitas yang dialami. Oleh karena itu, perusahaan harus tidak hanya fokus pada aspek teknis produk, tetapi juga memastikan bahwa ekspektasi konsumen dikelola dan dipenuhi dengan baik.⁴⁸

⁴⁸Oliver, R. L. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, (1980)17(4), 460–469.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nur Aina yaitu Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare). Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kepuasan nasabah terhadap kualitas produk yang menunjukkan bahwa pengalaman pengguna menjadi faktor krusial dalam pengembangan produk yang berkelanjutan. Kepuasan nasabah menjadi indikator penting dalam menilai kualitas suatu produk, semakin tinggi tingkat kepuasan, semakin besar kemungkinan produk tersebut memenuhi atau melampaui harapan.⁴⁹

3. Hubungan Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kualitas produk cicil emas positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Tabel *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara kualitas produk cicil emas (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien korelasi 0,690 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh table kekuatan hubungan dengan nilai 0,60 –

⁴⁹Nur Aina, 'Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare', *Ayan*, 15.1 (2024), pp. 37–48.

0,799 menandakan bahwa kekuatan hubungan kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,690 yang berarti hubungan keduanya kuat.

Grand teori yang sangat relevan dalam menilai hubungan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah yaitu Teori Kepuasan Pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Kepuasan pelanggan adalah fungsi dari persepsi kinerja produk relatif terhadap harapan. Artinya, kualitas produk adalah salah satu elemen utama yang memengaruhi kepuasan. Jika produk (misalnya cicil emas) berkinerja sesuai atau melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Kepuasan merupakan hasil evaluasi subjektif pelanggan setelah membandingkan antara harapan awal terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah menggunakannya. Bila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas (*delighted*), bila sesuai harapan maka pelanggan merasa puas, sedangkan jika di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.⁵⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Keunggulan Produk (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) dilihat dari nilainya $0,007 < 0,05$.

4. Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank

⁵⁰ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang

Kualitas produk merupakan salah satu elemen kunci dalam membentuk persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas tinggi akan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka.

Kepuasan nasabah adalah respons emosional yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan dari kinerja produk. Apabila kualitas produk sesuai atau melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.

Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepuasan nasabah karena memenuhi atau melampaui harapan mereka. Kepuasan ini dapat berdampak pada loyalitas, retensi nasabah, dan persepsi positif terhadap merek.

Oleh karena itu, kualitas produk cicil emas sangat mempengaruhi kepuasan nasabah jika persepsi yang dimiliki nasabah telah baik dan jelas maka kualitas produk cicil emas di bank syariah indonesia (BSI) cabang Enrekang juga akan meningkat. Dari hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk cicil emas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tercermin dari nilai koefisien 0,640 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% kualitas produk cicil emas akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,640 pada kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk cicil emas maka semakin besar kepuasan nasabah.

Hasil dari koefisien determinasi (R^2) 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_a diterima. Besarnya pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah adalah 47,6%, Sedangkan 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Grand teori yang sangat relevan dalam menilai pengaruh antara kualitas produk dan kepuasan nasabah yaitu *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) merupakan salah satu teori paling banyak digunakan untuk menjelaskan proses terbentuknya kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah hasil evaluasi pelanggan terhadap kinerja aktual suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya sebelum menggunakan produk tersebut. Jika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Namun, jika kinerja produk lebih rendah dari harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.⁵¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumensebesar 69,7% sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi olehvariable lain.

⁵¹Oliver, R. L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji one sample t test pada variable kualitas produk cicil emas (X), maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung yaitu -49,322 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,999, maka H_0 ditolak H_a diterima karena $-49,322 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 82% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2584 atau 82.03% dari skor ideal 3150. Sehingga kualitas produk cicil emas berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.
2. Hasil uji one sample t test variabel (Y) Kepuasan Nasabah menunjukkan nilai t hitung -52.308. Dari hasil uji one sample t test pada variable kepuasan nasabah (Y) di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung yaitu -52.308 dan nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,999, maka H_0 ditolak H_a diterima karena $-52.308 > 1,999$. Oleh karena itu, maksimal 81% dari nilai ideal dianggap tidak memenuhi kriteria. Secara ideal, skor yang diharapkan dari jawaban responden terhadap 10 pertanyaan adalah 3150 sedangkan skor actual yaitu 2565 atau 81% dari skor ideal 3150. Sehingga kepuasan nasabah berada pada kategori sangat baik, karna berada pada interval 80,01% – 100%.
3. Hasil uji Nilai koefisien korelasi 0,690 dengan signifikansi 0,000. Karena

signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh table kekuatan hubungan dengan nilai $0,60 - 0,799$ menandakan bahwa kekuatan hubungan kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara kualitas produk cicil emas terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,690$ yang berarti hubungan keduanya kuat.

4. Kualitas produk cicil emas ini sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Jika kualitas produk cicil emas telah baik dan jelas maka kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang juga akan meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang memiliki nilai positif dan signifikansi $0,000$ atau lebih kecil dari probabilitas $0,05$. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari variable bebas kepada variabel terikat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi akademisi dan mahasiswa tingkat akhir di Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah maupun program studi lain dapat mengajukan penelitian selanjutnya di lokasi yang sama, namun disarankan untuk menambah jumlah variabel dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.
2. Untuk Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang agar terus meningkatkan layanan perbankan dan meningkatkan pelayanan secara langsung terhadap

nasabah untuk meningkatkan kelayaitasan nasabah kepada Bank Syariah Indonesia (BSI).



DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an Al-Karim

Ai Siti Nurjadidah, Jalaludin, and Ahmad Damiri, 'Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang', *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4.2 (2020), pp. 95–111, doi:10.37726/ee.v4i2.122

Amelia, ayu nurul, *Penyusunan Instrumen Penelitian* (penerbit NEM, 2023)

Anis Afaf Azizah, 'Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth Dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.02 (2024), pp. 2198–2213

Arief, Mochamad, Firman Nurdin, and Widi Novitasari, 'Strategi Pemasaran Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sukabumi Sudirman', 2024

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet.Ke-15* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

Auliyah, Nurul, 'Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru', *Ayan*, 15.1 (2024), pp. 37–48

Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*, 2021

Budiman, Johny, Florentina Jasmine, and Lovis Vernando, 'Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI', *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7.1 (2023), pp. 14–23, doi:10.29408/jpek.v7i1.7502

Damirah. *Manajemen Keuangan*. solok: mitra cendekia media, 2022.

Dito Aditia Darma Nasution, Mika Debora Br. Barus, *Monograf Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2019)

Faiqoh Isti Anah, Elok, and Yuyun Puspita Sari, 'Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan Produk Dan Jasa Di BSI KCP Tuban', *Journal Islamic Banking*, 4.1 (2024), pp. 35–43, doi:10.51675/jib.v4i1.869

Fani, Rezki. "Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Rentabilitas Ekonomi." *Bongaya Journal of Research in Management* 8, no. 2 (2025).


- Ghozali & Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (: Baadan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)
- Hadi, R, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional*, 2023
- Hidaya, aziz alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Validitas-Reliabilitas* (health books publishing, 2021)
- Iskandar, Moh, 'Pengaruh Customer Relationship Manajement, Corporate Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi', *Ayan*, 15.1 (2024), pp. 37–48
- K, Fathnur Sani, *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental Dilengkapi Dengan Analisis Data Program SPSS* (CV Budi Utama, 2018)
- Kirana, Annisa Tri, and Bambang Waluyo, 'Pengaruh Efektivitas , Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada BSI', 3 (2020)
- Marlina, Asti, and Yuninda Hartati, 'Prosedur Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman Bogor', *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 7.1 (2019), p. 1, doi:10.32832/moneter.v7i1.2511
- Nur, Sri Wahyuni, Ulfa Hidayati, and Nurfitriani Nurfitriani. "Analisis Perputaran Piutang Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep." *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2020): 42–51. <https://doi.org/10.46918/pay.v2i1.591>.
- Nurudin, Nurudin ., 'Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang) Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi', *Jurnal Stie Semarang*, 10.1 (2018), pp. 17–37, doi:10.33747/stiesmg.v10i1.84
- Rahayu Ningsih, Putri, and Taufiqur Taufiqur, 'Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bsi Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro', *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7.2 (2023), pp. 935–46, doi:10.30651/justeko.v7i2.20651
- Razak, Abdul, 'Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari', 3.2 (2018), pp. 91–102
- Rosinta, Ricci, Ahmad Dasuki Aly, and Indra Sudrajat, 'Strategi Marketing Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sudirman Indramayu', *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 3.1 (2024), pp. 31–

38, doi:10.31943/jsef.v3i1.37

- Shahana, Mustika, and Mukhlis M Nur, 'Jurnal Ekonomi Revolusioner Pengaruh Harga Emas dan Integrated Marketing Communication(IMC) Terhadap Minat Masyarakat pada Pembiayaan Cicilan Emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kc Lhokseumawe)', 7.10 (2024), pp. 90–97
- Sondakh, Conny, 'Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)', *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2014), pp. 19–32
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Syahputri, Fenny, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bni Syariah, Pharmacognosy Magazine*, 2021, LXXV
- Trian Fisman Adisaputra, Suherwin, Mutiara Nurarsy, Lisa Mariska, Sarina Syam, Aqmalia Azzahra, Nurul Huda, and Putri Agriyaningsih. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan." *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2023): 63–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>.
- Ulfa, Syafira, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', *Nucleic Acids Research*, 6.1 (2018), pp. 1–7
- Zaelani, Rahmad Hendi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2022), pp. 14–24
- Zakiy, Muhammad, and Evrita Putri Azzahroh, 'Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2017), pp. 26–38
- Zulkarnain, Rizal, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2020, pp. 1–24



LAMPIRAN

	<p align="center">KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p align="center">Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p> <hr/> <p align="center">VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN</p>
---	---

NAMA : NURHIKMAWATI B

NIM : 2120203862201077

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

JUDUL : PENGARUH PRODUK CICIL EMAS TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA
(BSI) CABANG ENREKANG

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare maka saya, mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaannya untuk menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Nurhikmawati B

I. Identitas Responden

1. Nama (opsional): _____

2. Usia : _____

3. Pendidikan terakhir:

☐ Tidak sekolah

☐ SD/ sederajat

☐ SMP/ sederajat

☐ SMA/ sederajat

☐ Diploma/ Sarjana

4. Lama menjadi nasabah BSI:

☐ < 1 tahun

☐ 1–5 tahun

☐ 6–10 tahun

☐ > 10 tahun

II. KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka penyelesaian pendidikan strata satu (S1) pada program studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan ini saya Nurhikmawati B memohon dengan hormat kesediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi anda untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Lama Jadi Nasabah :

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

RR = Ragu-Ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

1. Kualitas Produk Cicil Emas (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Kejelasan dan Kesesuaian Akad	Akad cicilan emas dijelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami					

2.	Transparansi biaya cicilan	Informasi biaya cicilan emas disampaikan secara lengkap sejak awal					
3.	Kemudahan proses pengajuan	Pengajuan cicilan emas tidak memerlukan syarat yang rumit					
4.	Kecepatan proses persetujuan	Waktu persetujuan cicilan emas cukup cepat					
5.	Fleksibilitas tenor dan nominal cicilan	Saya bisa memilih tenor cicilan sesuai kebutuhan saya					
6.	Edukasi dan informasi produk	Bank memberikan brosur atau informasi tertulis yang jelas					
7.	Keamanan dan jaminan syariah	Bank memberikan jaminan bahwa produk ini bebas dari unsur gharar					
8.	Dukungan layanan digital	Aplikasi bank menyediakan fitur informasi cicilan emas					
9.	Keuntungan transaksi	Saya percaya bahwa transaksi ini akan memberikan saya keuntungan di masa depan					
10.	Keandalan produk	Platform cicil emas ini dapat diandalkan setiap					

		kali saya membutuhkannya.					
--	--	------------------------------	--	--	--	--	--

2. Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kepuasan terhadap manfaat produk	1. Saya merasa produk cicilan emas memberikan manfaat bagi saya					
	2. Cicilan emas sesuai dengan tujuan keuangan saya					
Kesesuaian harapan dan kenyataan	3. Produk ini sesuai dengan harapan Saya					
	4. Saya mendapatkan apa yang dijanjikan oleh pihak bank					
Niat untuk menggunakan kembali	5. Jika ada kebutuhan lagi saya akan memilih produk ini lagi					
	6. Pengalaman saya cukup positif untuk kembali menggunakannya					
Rekomendasi kepada orang lain	7. Produk ini layak untuk Direkomendasikan					
	8. Saya yakin orang lain juga akan puas dengan produk ini					
Kepuasan terhadap layanan	9. Pelayanan bank dalam produk ini sangat baik					
	10. Petugas bank membantu dengan ramah dan profesional					

Tabulasi Hasil Data Instrumen Variabel X (Kualitas Produk Cicil Emas)

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	45
3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
6	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	35
7	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
8	5	5	4	3	3	5	5	5	3	4	42
9	5	4	5	2	3	4	5	5	3	4	40
10	4	5	4	3	4	3	4	5	3	3	38
11	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
14	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
17	5	4	3	5	5	5	5	5	3	3	43
18	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	44
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	46
22	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
23	4	4	2	2	2	4	3	4	4	5	34
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	5	4	4	5	5	3	2	2	40
28	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	14
33	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
34	5	5	3	3	3	5	3	5	3	1	36
35	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	38
36	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	40
37	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	40

38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	43
41	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	39
42	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
43	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
44	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	35
47	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
48	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	40
49	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
51	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	41
52	5	5	3	3	4	3	5	3	2	3	36
53	5	5	3	5	5	4	5	3	3	3	41
54	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
55	5	4	3	5	4	4	3	3	4	3	38
56	5	4	4	5	3	2	3	3	3	4	36
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	4	4	3	5	4	5	5	2	2	3	37
59	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
61	5	3	3	4	3	3	3	3	2	3	32
62	3	3	3	3	1	1	4	3	2	2	25
63	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37

Tabulasi Hasil Data Instrumen Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
2	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	43
3	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	42
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	47
8	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	44
9	4	4	5	2	3	2	4	5	4	4	37

10	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45
13	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
14	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
15	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
16	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	47
17	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
18	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	44
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	35
22	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	45
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	5	5	4	4	4	3	3	5	4	41
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	5	5	5	5	5	2	1	5	5	42
28	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
32	1	1	2	3	2	3	2	2	1	3	20
33	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	47
34	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
35	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	39
36	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
38	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	38
41	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	43
42	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	36
43	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
44	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	39
45	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
46	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
47	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
48	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43

51	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
52	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	47
53	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	31
54	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
55	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
56	5	3	5	4	4	4	2	3	3	5	38
57	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46
58	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	35
59	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
61	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	38
62	3	2	2	2	3	3	2	1	2	4	24
63	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	36



Hasil Uji SPSS

UJI VALIDITAS X

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X1 Pearson Correlation	1	.806**	.574**	.466**	.591**	.535**	.546**	.498**	.367**	.413**	.752**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2 Pearson Correlation	.806**	1	.596**	.361**	.557**	.614**	.599**	.569**	.467**	.505**	.792**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3 Pearson Correlation	.574**	.596**	1	.361**	.511**	.500**	.554**	.616**	.531**	.543**	.766**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X4 Pearson Correlation	.466**	.361**	.361**	1	.674**	.407**	.329**	.184	.413**	.391**	.608**
Sig. (2-tailed)	.000	.004	.004		.000	.001	.008	.149	.001	.002	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X5 Pearson Correlation	.591**	.557**	.511**	.674**	1	.629**	.548**	.422**	.563**	.515**	.795**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X6 Pearson Correlation	.535**	.614**	.500**	.407**	.629**	1	.628**	.605**	.572**	.582**	.806**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X7 Pearson Correlation	.546**	.599**	.554**	.329**	.548**	.628**	1	.544**	.393**	.481**	.737**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	.000		.000	.001	.000	.000

N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X8 Pearson Correlation	.498**	.569**	.616**	.184	.422**	.605**	.544**	1	.638**	.549**	.746**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.149	.001	.000	.000		.000	.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X9 Pearson Correlation	.367**	.467**	.531**	.413**	.563**	.572**	.393**	.638**	1	.794**	.773**
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000		.000	.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X10 Pearson Correlation	.413**	.505**	.543**	.391**	.515**	.582**	.481**	.549**	.794**	1	.777**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
T Pearson Correlation	.752**	.792**	.766**	.608**	.795**	.806**	.737**	.746**	.773**	.777**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

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

UJI VALIDITAS Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.749**	.689**	.633**	.634**	.551**	.296*	.446**	.719**	.754**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y2	Pearson Correlation	.749**	1	.767**	.555**	.603**	.513**	.357**	.390**	.962**	.500**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.002	.000	.000	.000

	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y3	Pearson Correlation	.689**	.767**	1	.522**	.685**	.540**	.296*	.412**	.729**	.504**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.019	.001	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y4	Pearson Correlation	.633**	.555**	.522**	1	.674**	.612**	.178	.211	.558**	.421**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.163	.097	.000	.001	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y5	Pearson Correlation	.634**	.603**	.685**	.674**	1	.784**	.283*	.253*	.630**	.436**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.025	.045	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y6	Pearson Correlation	.551**	.513**	.540**	.612**	.784**	1	.276*	.207	.493**	.475**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.028	.104	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y7	Pearson Correlation	.296*	.357**	.296*	.178	.283*	.276*	1	.532**	.349**	.127	.520**
	Sig. (2-tailed)	.019	.004	.019	.163	.025	.028		.000	.005	.320	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y8	Pearson Correlation	.446**	.390**	.412**	.211	.253*	.207	.532**	1	.360**	.169	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.097	.045	.104	.000		.004	.185	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y9	Pearson Correlation	.719**	.962**	.729**	.558**	.630**	.493**	.349**	.360**	1	.479**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.004		.000	.000

	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y10	Pearson Correlation	.754**	.500**	.504**	.421**	.436**	.475**	.127	.169	.479**	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.320	.185	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.873**	.858**	.824**	.722**	.803**	.733**	.520**	.561**	.843**	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

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

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

UJI RELIABILITAS X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.915	.916	10

UJI RELIABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.908	10

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42350011
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.051
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.476	3.567		4.059	.000
	KualitasProduk Cicil Emas	.640	.086	.690	7.449	.000

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.468	4.45961

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk Cicil Emas

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah

UJI ONE SAMPEL T TEST (X)

One-Sample Test

Test Value = 82

	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KualitasProduk Cicil Emas	-49.322	62	.000	-40.98413	-42.6452	-39.3231

UJI ONE SAMPEL T TEST (Y)

One-Sample Test

Test Value = 81

	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KepuasanNasabah	-52.308	62	.000	-40.28571	-41.8253	-38.7462

UJI KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT

Correlations

		KualitasProduk Cicil Emas	KepuasanNasab ah
KualitasProduk Cicil Emas	Pearson Correlation	1	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	63	63
KepuasanNasabah	Pearson Correlation	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	63	63

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



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

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1465/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

29 April 2025

Yth. KEPALA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG ENREKANG
di
KAB. ENREKANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NURHIKMAWATI B
Tempat/Tgl. Lahir : SINJAI, 19 Juli 2003
NIM : 2120203862201077
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JALAN SALAK PAKKODI KELURAHAN BANGKALA, KECAMATAN
MAIWA, KABUPATEN ENREKANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KEPALA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG ENREKANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK CICIL EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG ENREKANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 30 April 2025 sampai dengan tanggal 05 Juni 2025.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sudirman, Km 3 Pinang Telp./Fax (0420) 21079

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
 Nomor: 73.16/1342/DPMTSP/ENR/IP/V/2025

Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang nomor 73 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Enrekang Nomor 159 Tahun 2021 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang, maka dengan ini memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

NURHIKMAWATI B

Nomor Induk Mahasiswa	: 2120203862201077
Program Studi	: AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Pekerjaan Peneliti	: MAHASISWI
Alamat Peneliti	: JLN, SALAK PAKKODI
Lokasi Penelitian	: BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG ENREKANG
Anggota/Pengikut	:

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **PENYUSUNAN SKRIPSI** dengan Judul :

" PENGARUH KUALITAS PRODUK CICIL EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG ENREKANG "

Lamanya Penelitian : 2025-05-05 s/d 2025-06-05

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Enrekang
 05/05/2025 09:33:30
 KEPALA DINAS,



Dr. Ir. CHAIDAR BULU ST-MT
 Pangkat: Pembina Utama Muda
 NIP. 19750528 200212 1 005

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Enrekang sebagai laporan
2. Kepala Bakesbangpol Kab. Enrekang
3. Desa/Lurah/Camat tempat peneliti
4. Mahasiswa ybs.



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Enrekang
Jl. Poros Enrekang-Toraja
Enrekang, 91751
Indonesia
T : 0421-2312449

Enrekang, 06/05/2025

No. 05/061-3/8311

Lampiran : -

Kepada
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Di Tempat

Perihal: Surat Balasan Permohonan izin penelitian

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,
"Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh staff dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik
serta hidayah dari Allah SWT."

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Fauzia Nur

Jabatan : Pimpinan Cabang Pembantu PT Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang

Menerangkan bahwa ;

Nama : Nurhikmawati B

Nomor Pokok Mahasiswa : 2120203862201077

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi Lembaga Keuangan
Syariah

telah kami setuju untuk melaksanakan Penelitian pada perusahaan kami. Dengan syarat mahasiswa/tersebut harus mengirimkan laporannya terlebih dahulu ke Bank Syariah Indonesia, sebelum mempublikasikannya. Jika dalam laporan tersebut terdapat data yg harus dikeluarkan, maka mahasiswa tersebut bersedia mengeluarkannya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT Bank Syariah Indonesia Tbk
KCP Enrekang


Fauzia Nur
Branch Manager





PT Bank Syariah Indonesia Tbk
KCP Enrekang
Jl. Arif Rahman Hakim 8F
Jupandang
Kec. Enrekang Kab. Enrekang Sulsel
Telepon : 0421-2312449

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. : 05/ 067 - 03/8311

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Amiruddin
Jabatan : Branch Operations & Service Manager
NIP : 2189008368

Menerangkan bahwa :

Nama : Nurhikmawati B
NIM : 2120203862201077
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal Pengaruh Produk Cicil Emas Terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP ENREKANG

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 26 Mei 2025

PT. Bank Syariah Indonesia
Branch Office Enrekang



Amiruddin
Branch Operations & Service Manager

PAREPARE

Dokumentasi Penelitian





BIODATA PENULIS

Nurhikmawati B (2120203862201077) merupakan penulis skripsi ini. Penulis lahir di Sinjai tepat pada tanggal 19 Juli 2003. Penulis merupakan anak ke 2 dari 2 bersaudara sekaligus merupakan anak perempuan terakhir dari ibu yang bernama Hasnah dan ayah yang bernama Hasan Basri.

Penulis memulai pendidikan di SDN 161 Pakkodi, melanjutkan pendidikan di MTSN 3 Enrekang dan kemudian melanjutkan pendidikan di SMKN 3 Enrekang, kemudian melanjutkan perkuliahan di IAIN Parepare pada tahun 2021 dengan mengambil program studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah. Penulis bergabung di HMPS Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah selama 1 periode. Penulis melaksanakan kuliah pengabdian masyarakat di Desa Sabang Subik, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Penulis mengikuti PPL di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Maros selama 1 bulan. Setelah melewati seluruh proses selama perkuliahan, akhirnya penulis menyelesaikan studi dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Cicil Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Enrekang” untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak).