

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI-NILAI  
ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA  
BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU  
SYARIAH PAREPARE)**



**OLEH**

**NUR AINA  
NIM:16.2300.010**

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

**2021**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI-NILAI  
ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA  
BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU  
SYARIAH PAREPARE)**



**OLEH**

**NUR AINA  
NIM:16.2300.010**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

**2021**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Aina

Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.010

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.1914/In.39.8/PP.00.9/12/2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H

NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : Dr. Damirah, S.E., M.M

NIP : 197660604 200604 2 001



Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare).

Nama Mahasiswa : Nur Aina

Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.010

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.B.1914/In..39.8/PP.00.9/12/2019

Tanggal Kelulusan : 16 Agustus 2021

Disahkan oleh Komisi Penguji

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

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

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag (Anggota)

Dr. Rusnaena, M. Ag (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag. 7  
730129 200501 1 004

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah Parepare”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada suri teladan baginda Rasulullah Muhammad saw.

Teristimewa penulis hanturkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Udin dan Ibunda Sukira serta nenek tersayang Salamma yang telah mendoakan, tiada hentinya memberikan curahan kasih sayang serta pengorbanan yang tidak terhitung dan sumber motivasi terbesar bagi penulis. Tak terkecuali ucapan terima kasih kepada Nur aida, Rusni, Rian, Rasni dan Rauf selaku saudara atas dukungan dan motivasi berupa morilnya selama ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Zainal Said, M.H. selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M. selaku pembimbing pendamping, yang senantiasa bersedia meluangkan waktu memberikan bantuan, bimbingan dan kritik membangun kepada penulis, ucapan terima kasih yang tulus untuk keduanya.

Penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas yang dapat membantu penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta sekretaris, atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pengabdian terbaik dalam proses pendidikan yang dijalani oleh penulis.
4. Seluruh Kepala Unit yang berada dalam lingkungan IAIN Parepare dan Staff dan admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantudan memberikan segala bentuk pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
5. Kepala cabang Bank BTN KCPS Parepare dan seluruh staff karyawan yang mengizinkan dan mempermudah penulis melakukan penelitiannya. Responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi *kuesioner* yang diberikan oleh penulis.
6. Hikma rifayanti dan Hasriani Hasan yang selama ini setia dari awal hingga akhir menemani, membantu, meluangkan waktunya menemani saat proses konsultasi dengan dosen pembimbing, memberikan dorongan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan studi di IAIN Parepare.
7. Hasmila, Hasriani, Fatima, Musbarina, Haslina, Surya ondiani, Rafika, Ayu yang setia menemani dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini, dan

juga telah memberikan support. dan banyak bantuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, proses penelitian, dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Semua teman-teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. *The last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all these work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never give up, for all these hardships, pain, sweat and tears. I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. memberikan balasan yang berlimpah baik itu di dunia maupun di akhirat kelak, diberikan rejeki yang berlipat serta dibukakan jalan yang baik setiap langkahnya.

Terakhir, penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akan tetapi besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Parepare, 01 Agustus 2021  
22 Zulhijjah 1442

Penulis,



Nur Aina  
NIM. 16.2300.010

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Aina  
NIM : 16.2300.010  
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 25 Juli 1998  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare)

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

Parepare, 01 Agustus 2021

Penyusun,



Nur Aina  
16.2300.010



## ABSTRAK

Nur Aina. *Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare)* (dibimbing oleh Zainal Said dan Damirah)

Penelitian ini menganalisis *Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare*. Yang terdiri dari tiga rumusan masalah 1). Apakah Keunggulan Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare, 2). Apakah Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare, 3). Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan antara keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan metode lapangan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare dengan penentuan jenis sampel menggunakan rumus *Slovin*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Uji Validitas, uji reliabilitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji normalitas. Untuk teknik analisis datanya sendiri dilakukan dengan menggunakan *One Sampel T Test* untuk ketiga variabel, uji korelasi *Pearson Product Moment*, uji *t* atau parsial, uji *f* atau simultan, Analisis regresi linear berganda serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

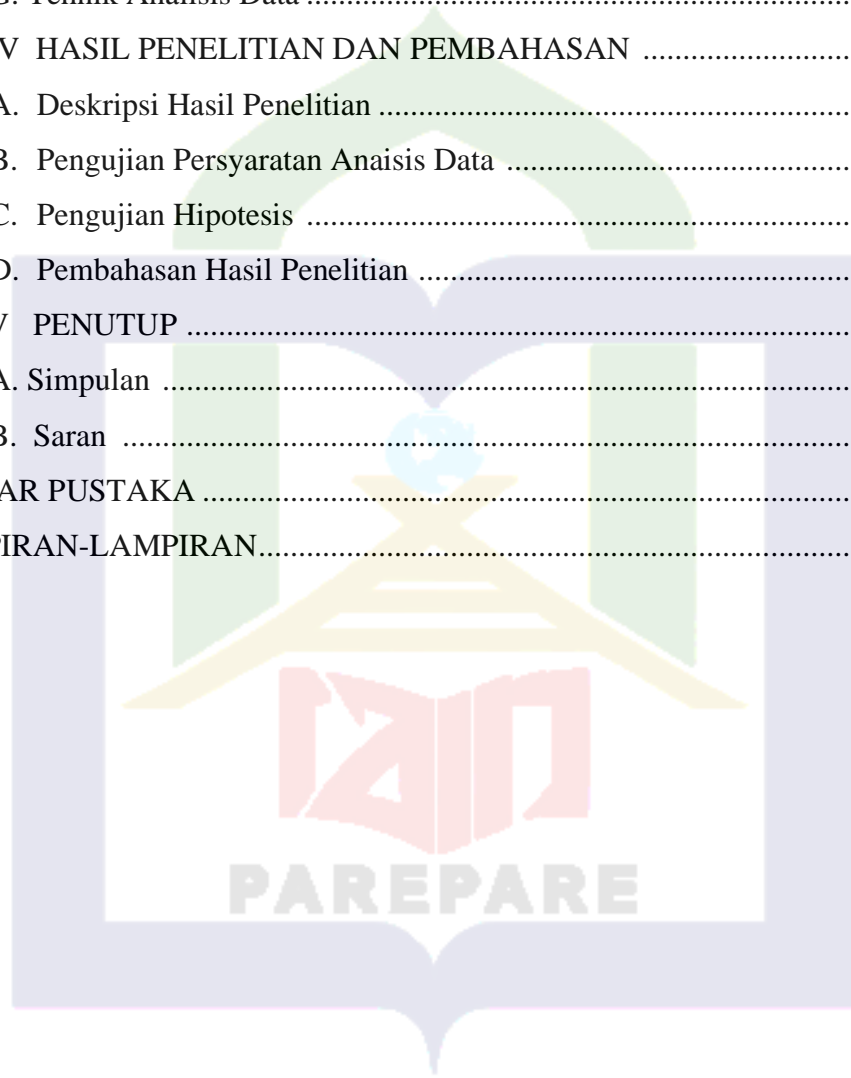
Hasil penelitian menunjukkan: berdasarkan uji *one sample t test*, diperoleh bahwa Keunggulan Produk ( $X_1$ ), Penerapan Nilai-Nilai Islam ( $X_2$ ) dan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) mempunyai klasifikasi yang sangat baik dengan masing-masing nilai 80%, 80% dan 80%. Berdasarkan hasil korelasi bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dengan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) dilihat dari nilainya  $0,007 < 0,05$ . Dan Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Penerapan Nilai-Nilai Islam ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) dengan nilai  $0,035 < 0,05$ . Sedangkan hasil dari korelasi secara simultan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara Keunggulan Produk ( $X_1$ ), Penerapan Nilai-nilai Islam ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) dengan nilai  $0,002 < 0,05$ .

Kata Kunci: Keunggulan Produk, Kepuasan Nasabah, Penerapan Nilai-Nilai Islam

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	xiii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Deskripsi Teori.....	14
1. Teori Keunggulan Produk .....	14
2. Teori Kredit Perumahan Rakyat (KPR).....	15
3. Teori Penerapan Nilai-nilai Islam.....	20
4. Teori Kepuasan Nasabah .....	27
C. Kerangka Pikir .....	32
D. Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36

C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	38
E. Definisi Operasional Variabel.....	39
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Tehnik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
B. Pengujian Persyaratan Anaisis Data .....	52
C. Pengujian Hipotesis .....	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Simpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>I</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>IV</b>



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Instrument Skala Likert	41
3.2	Skor Klarifikasi	44
3.3	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	45
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.5	Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Keunggulan Produk (X1)	51
4.6	Jawaban Responden Tentang Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2)	51
4.7	Jawaban Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Y)	52
4.8	Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X1)	53
4.9	Hasil Uji Validitas Penerapan Nilai-nilai Islam (X2)	54
4.10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	55
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	58
4.13	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Keunggulan Produk (X1)	60
4.14	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Penerapan Nilai-nilai Islam (X2)	61
4.15	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	62
4.16	Hasil Uji t	63
4.17	Uji Simultan f	64
4.18	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	64
4.19	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	65
4.20	Hasil Korelasi Secara Parsial	67
4.21	Hasil Korelasi Secara Simultan	69
4.22	Rekap Uji Validitas Keunggulan Produk (X1)	71
4.23	Rekap Uji Validitas Penerapan Nilai-nilai Islam (X2)	76

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	33
3.1	Paradigma Penelitian	40
4.1	Uji Heteroskedastisitas	57
4.2	Uji Normalitas	59



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1.	Surat Penelitian dari Kampus	V
2.	Surat Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kota Parepare	VI
3.	Surat Selesai Meneliti dari Bank BTN Syariah KCPS Parepare	VII
4.	Kuesioner	VIII
5.	Sampel Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare	XIII
6.	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel Keunggulan Produk	XVI
7.	Jawaban Nasabah Terhadap Pernyataan Variabel Penerapan Nilai-nilai Islam	XIX
8.	Jawaban Nasabah Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah	XXIII
9.	Tabel Hasil Statistik	XXVII
10.	Dokumentasi	XXXV
11.	Biografi Penulis	XXXIX

## PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

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

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

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

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

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda ( ‘ ).

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda



atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

خَيْرَ : khairo

وَلَوْ : walau

### c. 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
آ / اَـ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
أُـ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

لَكَانَ : *Lakāna*

مِنُونٍ : *Minūna*

d. *Syaddah(Tasydid)*

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

Contoh:

أُمَّةٍ : *Ummatt*

لِلنَّاسِ : *Linnasi*

e. Hamzah

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

وَتُؤْمِنُونَ : *Watu'minūna*

تَأْمُرُونَ : *Ta'murūna*

f. *Lafz al-Jalalah (الله)*

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

Contoh: بِاللَّهِ *billah*

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subhānahū wa ta'āla*

saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
QS .../...: 4	=	QS al-Imran:110

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

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj.: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank merupakan lembaga perantara keuangan. Maka bank memiliki peran penting di dalam perekonomian suatu Negara, serta memiliki peran dalam berbagai kemudahan yang ditawarkan di dalamnya.

Di era globalisasi seperti saat ini, bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan dimana bank harus mampu memberikan jasa yang aman dan terjamin pada nasabahnya. Bagi dunia perbankan, khususnya di Indonesia semaraknya kegiatan perbankan mulai terlihat hilalnya di era tahun 1980-an. Sebelumnya, dunia perbankan di Indonesia masih bersifat pasif, dalam artian hanya menunggu nasabah datang ke bank.<sup>1</sup> Setelah didirikannya Bank Muamalat pada tahun 1992 Perbankan Syariah di Indonesia semakin diperkenalkan dan dipahami keberadaannya. Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan ini, ditambah semakin kuatnya dukungan dari pemerintah untuk memperluas jaringan Perbankan Syariah sehingga semakin berkembang. Perkembangan bank syariah dapat dilihat sejak munculnya atau berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992 sebagai pelopor bank-bank syariah di Indonesia. Kemudian disusul Bank Syariah Mandiri dan bank-bank syariah lainnya. Hingga saat ini Bank-bank yang dulunya hanya berbasis konvensional mulai berlomba-limba untuk menginofasi daya tarik Bank dengan menghadirkan produk-produk berbasis syariah.

Sejak tahun 1992 keberadaan Bank Syariah dalam sistem perbankan di Indonesia telah mengalami pengembangan, hal ini sejalan dengan UU No. 7 Tahun

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 25.

1992. Namun UU tersebut belum memberikan landasan yang cukup kuat terhadap perbankan. Sehingga muncullah amandemen Undang-Undang tentang Perbankan Syariah No. 10 Tahun 1998 yang berisi tentang peningkatan peranan Bank Syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi.<sup>2</sup>

Bank syariah juga harus mematuhi prinsip syariah yang dibuat oleh DPS dan MUI yang tercantum dalam Peraturan Bank Indonesia Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) huruf a dan Pasal 25 huruf a Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang dengan teguh mengatakan bahwa bank syariah dilarang menjalankan aktivitas bisnis yang keluar dari prinsip syariah.<sup>3</sup>

Prinsip syariah yang berdasarkan sumber-sumber hukum islam terdiri dari sumber hukum primer, yaitu *Al-Quran* dan *Al-Hadits* dan sumber hukum sekunder, yaitu *ijma'* (par ulama), *qiyas* (penalaran secara analogis) dan *ijtihad* (penalaran hukum secara mandiri).<sup>4</sup> Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun

---

<sup>2</sup>Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dalam <http://hukum.unsrat.ac.id/UU/UU/10/98.htm> (09 Januari 2021).

<sup>3</sup>Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) huruf a dan Pasal 25 huruf a Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>4</sup>Thariq Ashraf, "*Sharia-complaint Investin: Concept abd Opportunities*", <http://www.csri.orgnz/document/tashraf> (10 Januari 2021).

menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.<sup>5</sup>

Ketika aktivitas perbankan syariah terdapat pengaplikasian nilai-nilai islam disaat terjadi perjanjian antar pihak Bank dan nasabah tentu akan membuat perbankan syariah lebih maju. Hal ini juga menjadi poin penting bagi Bank untuk menarik masyarakat lebih mempercayakan uangnya dan menggunakan produk pembiayaan pada perbankan syariah, serta secara tidak langsung dapat menimbulkan loyalitas nasabah terhadap Bank.

Pada dasarnya loyalitas nasabah tidak luput dari kepuasan nasabah terhadap produk dan kualitas layanan yang sesuai dengan nilai-nilai islam yang telah ditawarkan oleh Bank Syariah. Kepuasan nasabah merupakan sebuah ekspresi nasabah dan perilaku pembelian.<sup>6</sup>

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang ditawarkan bank terhadap kepuasan nasabah salah satunya adalah produk yang unggul. Dilihat dari pesatnya teknologi dan persaingan saat ini mendorong sektor perbankan bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Produk pada hakekatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangan, dan untuk itu bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat menjadi daya tarik serta memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka

---

<sup>5</sup>Adzan Noor Bakri, Umi Masruroh, *Journal Of Islamic Management And Bussines*, Vol. I, No.I, (2018), h. 35.

<sup>6</sup>Lupiyoadi Rambat, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.232

memenuhi pelanggan. Produk yang ditawarkan Bank BTN Syariah KCPS Parepare berupa KPR multijasa BTN iB, KPR Multimanfaat iB, dan KPR BTN Sejahtera iB. Setiap produk-produk tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda satu dengan yang lainnya. Di samping persaingan yang sangat ketat saat ini, bank harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh produk dan jasanya. Kemudian untuk menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya 11 berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan.

Keberhasilan suatu produk baru menjadi kunci utama bagi banyak perusahaan. Hal tersebut menjadi bahan diskusi semenjak keunggulan produk, terlepas barang atau jasa menjadi salah satu jalan bagi organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, teknologi dan kompetisi dalam suatu industri. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.<sup>7</sup>

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>M. Syafe'i Antonio, *Bank Islam: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h.16.

<sup>8</sup>Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Mabajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 18.

Kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama Bank BTN Syariah KCPS Parepare agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Parepare dan sekitarnya. Untuk mempertahankan nasabahnya, Bank BTN Syariah KCPS Parepare terus berusaha menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali. Hal ini sejalan Visi dan Misi dari Bank BTN Syariah dengan peran untuk meningkatkan pelayanan agar Bank BTN tumbuh dan berkembang dimasa yang akan datang.

Observasi awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara didapatkan sedikit gambaran bahwa, pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare itu sendiri produk yang diunggulkan dan lebih banyak digunakan oleh Nasabah adalah produk KPR BTN Sejahtera iB. Produk ini merupakan salah satu produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi yang ditujukan untuk program kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah yang bekerja sama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dalam rangka kemudahan kepemilikan rumah.<sup>9</sup>

Mengenai penerapan nilai Islam dianggap oleh nasabah sudah memuaskan sehingga dari segi kepuasan nasabah, nasabah beranggapan sudah sangat puas baik itu mengenai produk unggul yang ditawarkan ataupun nilai Islam yang diterapkan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare ini.

Kesimpulan awal yang didapatkan dilapangan peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini, apakah dalam kenyataannya setelah data olah lapangan

---

<sup>9</sup>BTN Syariah, "*KPR BTN Bersubsidi iB*" <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN/Syariah/Pembiayaan/Pembiayaan-Perumahan/KPR-BTN-Bersubsidi-iB> (23 Januari 2021).



nantinya Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam memang betul-betul memengaruhi kepuasan nasabah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka pokok permasalahan bagaimanapengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare), dengan rumusan sub masalah sebagai berikut:

1. Apakah Keunggulan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di BTN Syariah KCPS Parepare ?
2. Apakah Penerapan Nilai Islam berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare ?
3. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan antara keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Parepare?

## **C. Tujuan Penelitian**

Pada dasarnya segala sesuatu hal yang dilakukan mempunyai tujuan. Tujuan tersebut dicapai setelah melakukan suatu kegiatan. Demikian pula halnya dengan kegiatan penelitian ini juga mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh Keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
2. Untuk mengetahui seberapa besarberpengaruh Penerapan Nilai-nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

3. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk dan penerpan nilai islam terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk unggulan dan penerapan nilai islam yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BTN KCP Syariah Parepare.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan (referensi) bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian.
2. Kegunaan Praktisi
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca.
  - b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktisi sebagai tambahan informasi, masukan maupun bahan perbandingan bagi pihak yang bersangkutan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Penelitian yang Relevan**

Penulis telah memilih beberapa hasil penelitian yang relevan dengan judul yang akan diteliti oleh penulis dengan mengidentifikasi letak persamaan dan perbedaan dari setiap penelitian yang nantinya akan mendukung penelitian penulis. Adapun diantaranya:

Nila Nadhiroh (2006) dengan judul, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “terdapat pengaruh secara bersamaan dari seluruh variable independen (kualitas produk dan penerapan nilai islam) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Tulungagung menunjukkan hasil dominan terhadap variabel dependen adalah penerapan nilai islam, berarti variabel ini adalah paling penting dalam menentukan kepuasan nasabah di Bank Muamalat Tulungagung.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi dengan memberikan kualitas produk yang terbaik, Bank Muamalat Tulungagung selain memberikan kualitas produk yang baik juga menerapkan nilai Islam, agar nasabah selalu yakin dengan apa yang dilakukan Bank Muamalat Tulungagung berdasarkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesederajatan, ketentraman, jaminan dan persaingan sehat. selain itu kualitas produk juga selalu diberikan agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati produk yang diberikan oleh Bank Muamalat Tulungagung. Kualitas produk dan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena

dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan.

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa kecocokan penggunaan kualitas produk didasari atas lima ciri utama: teknologi meliputi kekuatan atau daya tahan, psikologis meliputi cita rasa dan status, waktu meliputi kehandalan, kontraktual meliputi adanya jaminan dan etika meliputi sopan santun. Begitupun dengan penerapan nilai islam di Bank muamalat tulungagung dilaksanakan dengan baik seperti dengan nama lembaga tersebut, jadi bank muamalat bukan hanya menyangand status syariah tetapi juga menerapkan nilai islam dengan baik.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terletak pada variabel bebas ( $X_2$ ) mengenai penerapan nilai-nilai islam dan variabel terikat (Y) mengenai kepuasan nasabah. Kesamaan juga terletak pada metode yang digunakan yaitu Regresi Linear Bergand, Sedangkan untuk letak perbedaannya yang pertama terdapat pada variabel bebas ( $X_1$ ) dimana penelitian diatas mengenai Kualitas produk sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan variabel bebas ( $X_1$ ) mengenai Keunggulan produk di sebuah Bank.kedua, terletak pada lokasi penelitian. Penelitian di atas melakukan penelitian di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sedangkan penelitian ini berlokasi pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare.<sup>10</sup>

Guffron Abdul Aziz (2020) dengan judul “Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan *Murabahah, Rahn*, Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas

---

<sup>10</sup>Nila Nadhiro, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Tulungagung).

Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (PT. BPR Syariah Lantabur Tebuereng Kantor Cabang Gresik)”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan *murabahah* berpengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. *Rahn* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Nilai-nilai islam memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dan dari hasil uji jalur, variable intervening yaitu kualitas pelayanan dibuktikan mampu memediasi hubungan antara pembiayaan *murabahah*, *rahn* dan nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah PT BPR Syariah Lantabur Tebuiireng Cabang Gresik.

Persamaan dan perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dimana persamaanya terletak pada pembahasan keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam sebagai variabel bebas ( $X_1$ ) dan variabel bebas ( $X_2$ ). Adapun perbedaanya, peneliti diatas membahas tentang keunggulan produk yang berfokus pada produk Murabahah dan Rahn sedangkan pada penelitian ini peneliti membahas tentang keunggulan produk yang berfokus pada KPR pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare.<sup>11</sup>

Munawaroh (2016) dengan judul, “Penerapan Nilai-nilai Islam Pada Bank Syariah Dan Pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan )”. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam (Kebebasan, Keadilan, Kesetaraan, Kejujuran, Kerelaan dan Tertulis), Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Medan”.

---

<sup>11</sup>Guffron Abdul Aziz, “Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan *Murabahah*, *Rahn*, Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (PT. BPR Syariah Lantabur Tebuereng Kantor Cabang Gresik)”, (Skripsi Sarjana Fakultas Syariah: Mojokerto).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam (Kebebasan, Keadilan, Kesenjangan, Kejujuran, Kerelaan dan Tertulis), Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Medan”. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ialah bahwa Kebebasan, Keadilan, Kejujuran, Kerelaan, dan Tertulis secara simultan berpengaruh terhadap kenaikan Loyalitas Nasabah.

Hasil penelitian disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai islam di bank syariah sudah diterapkan, dapat dilihat dari pemberian kebebasan terhadap nasabah untuk memilih sebuah akad yang digunakan dalam bertransaksi, dan kejujuran atas informasi yang diberikan oleh bank syariah terhadap nasabah. Di dalam kerjasamanya, bank syariah juga memberikan keuntungan dengan cara bagi hasil.

Untuk itu, penerapan nilai-nilai islam yang ada di bank syariah sudah diterapkan oleh bank syariah. Juga dilihat dari adanya pengaruh penerapan nilai-nilai islam terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari variabel yang digunakan yaitu kebebasan, keadilan, kejujuran, kerelaan, dan tertulis yang dilihat dengan cara pengujian secara simultan.

Persamaan dan perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah, persamaanya kedua penelitian sama-sama membahas tentang penerapan nilai-nilai islam pada variabel (X). Adapun perbedaanya penelitian di atas menggunakan metode penelitian regresi linier sederhana sedangkan penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Letak perbedaaan yang kedua adalah penelitian di atas memiliki

variabel terikat (Y) loyalitas nasabah sedangkan penelitian ini kepuasan nasabah (Y).<sup>12</sup>

Septiana Dwi Exmawati (2014) dengan judul, “Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung”. Pada penelitiannya diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 4,14 ditunjukkan pada variabel faktor pelayanan ( $X_1$ ). Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah faktor pelayanan ( $X_1$ ). Faktor pelayanan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan dengan keunggulan produk yang di miliki.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh Selain menerapkan pelayanan yang terbaik, Bank Muamalat Tulungagung selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya. Keunggulan produk diciptakan Bank Muamalat Tulungagung agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati jasa yang diberikan Bank Muamalat tersebut. Kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan.

Hasil penelitiannya disimpulkan bahwa Kinerja karyawan dalam pelayanan Bank Muamalat Tulungagung berupa berwujud (*Tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsive*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*) dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah

---

<sup>12</sup>Munawaroh, “Penerapan Nilai-nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”, (Tesis Pascajarna Ekonomi Islam: Medan).

diberikan oleh peneliti. Menurut teori Parasurman, Zeithaml, dan Berry yang menyatakan bahwa dalam mengukur faktor pelayanan diperlukan indikator yang mencakup lima dimensi utama yang disusun sesuai tingkat kepentingan relatifnya seperti *Responsive*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangible*. Faktor pelayanan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan dengan keunggulan produk yang di miliki.

Kepuasan yang di rasakan oleh nasabah pada Bank Muamalat Tulungagung terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh petugasnya, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya.

Persamaan dan perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah, persamaannya Pertama, terletak pada metode yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Kedua, penelitianterdahulu dan yang sekarang memiliki variabel terikat (Y) yang sama yaitu Kepuasan nasabah dan juga memiliki salah satu variabel bebas yang sama ( $X_2$ ) yaitu keunggulan produk hanya saja pada penelitian diatas keunggulan produk sebagai variabel bebas ( $X_1$ ) sedangkan pada penulisan ini keunggulan produk sebagai ( $X_2$ ). Kedua, perbedaannya terletak pada variabel bebas yang lain ( $X_1$ ) yaitu pengaruh pelayanan.<sup>13</sup> Ketiga, perbedaanya juga terletak pada lokasi penelitiannya, penelitian diatas melakukan penelitian pada Bank Muamalat Tulungagung .

---

<sup>13</sup>Septiana Dwi Exmawati, “Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung”, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Tulungagung).



## **B. Deskripsi Teori**

### **1. Teori Keunggulan Produk**

#### **a. Keunggulan Produk**

Menurut Song dan Parry (1997) keunggulan produk adalah produk yang mampu melakukan suatu diferensiasi produk yang komponennya antara lain adalah produk tersebut harus inovatif dibandingkan dengan produk lain yang sudah ada, produk tersebut harus mempunyai kualitas yang tinggi dan dapat membedakan diri dari kualitas produk lain. Penawaran tersebut disebut juga dengan keunggulan. Keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibanding dengan tawaran kompetitor.<sup>14</sup>

Menurut Henard D.H dan Szymanski (2001) keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran pesaing. Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

#### **b. Dimensi Keunggulan Produk**

Salah satu faktor yang menjadi penentu dari kesuksesan produk yang baru adalah produk yang unggul. Oleh karena itu suatu produk harus memiliki keunggulan yang lebih dibanding produk lainnya.

Menurut Isnadi dalam Kusumastuti (2020) bahwa ada beberapa indikator yang digunakan untuk menilai suatu produk dikatakan unggul, yaitu:

---

<sup>14</sup>Henard, D.H. dan Szymanski, *Journal Of Marketing Reserch*, dalam D.M., 2001, Vol. XXXVIII August.

- 1) Kualitas produk merupakan seberapa baik produk yang dihasilkan dari upaya pengembangan yang dapat memenuhi kepuasan kebutuhan pelanggan. Produk bisa dikatakan berkualitas jika produk tersebut mampu melaksanakan fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan keandalan dan kemudahan bertransaksi.
- 2) Keunikan produk merupakan kunci untuk memenangkan persaingan dalam usaha. Keunikan produk yaitu suatu nilai atau pandangan yang dapat menarik seseorang untuk menggunakannya.

Sebuah produk pada lembaga keuangan dikatakan sukses tidaknya itu tergantung marketing, apabila marketing bekerja dengan giat maka produk tersebut akan sukses. Berdasarkan teori diatas penulis mengambil indikator keunggulan produk adalah kualitas produk dan keunikan produk.

## **2. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)**

Berikut pengertian KPR pada Bank Konvensional dan KPRS Bank Syariah:

### **a. KPR Bank Konvensional**

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah salah satu fasilitas kredit yang diberikan perbankan kepada nasabahperorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah.

### **b. KPRS Bank Syariah**

Syariah adalah hukum atau peraturan yang ditetapkan Allah swt. untuk hambanya sebagaimana yang terkandung didalam Al-Qur'an dan diterangkan oleh Rasulullah saw. dalam bentuk sunnah rasul. Dalam literature bahasa Indonesia masih belum terdapat makna yang jelas mengenai definisi dari KPR syariah namun demikian dapat disimpulkan bahwa KPR Syariah adalah fasilitas kredit atau

pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan syariah dalam hal ini bank syariah bagi seluruh lapisan masyarakat untuk membantu memiliki rumah beserta tanah dengan fasilitas cicilan tetap dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama antara Bank dan nasabah, yang mewajibkan nasabah untuk mengembalikan dana tersebut sesuai jangka waktu yang telah ditentukan bersama.

Pembiayaan rumah ini dapat digunakan untuk membeli rumah, ruko, apartemen baru maupun bekas, membangun dan merenovasi rumah untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain. Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah termasuk pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat kebutuhan konsumtif, seperti pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, pembiayaan pendidikan dan apapun yang bersifat konsumtif.<sup>15</sup>

KPR Subsidi adalah kredit yang diperuntukkan untuk masyarakat berpenghasilan menengah kebawah dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Subsidi adalah campur tangan pemerintah sehingga semua ketentuannya diatur oleh pemerintah sehingga tidak semua kalangan masyarakat bias menikmati fasilitas ini. Karena ketentuan yang diberikan pemerintah ini memberi batasan menyangkut penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan. Sedangkan KPR Non Subsidi merupakan KPR yang diperuntukkan untuk semua lapisan masyarakat, karena ketentuan mengenai besarnya kredit atau suku bunga ditetapkan oleh Bank yang bersangkutan itu sendiri.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Heykal Muhammad, "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah Di Indonesia" Istilah: *Jurnal Business Review* 5,2 (November 2014), h. 128.

<sup>16</sup><http://www.rumahmurahbekasi.com/2014/06/pembedaan-rumah-subsidi-dan-non-subsidi.html> (09 februari 2021).

KPR Bersubsidi Syariah adalah sebuah kredit kepemilikan rumah yang menargetkan masyarakat dengan penghasilan menengah kebawah.<sup>17</sup> Sehingga dengan adanya produk ini diharapkan bisa meringankan beban golongan menengah kebawah dalam memenuhi kebutuhan rumah mereka. Nasabah juga diuntungkan ketika ingin melunasi angsuran sebelum masa kontrak berakhir, karena Bank Syariah tidak akan mengenakan penalti. Bank syariah tidak mengenakan penalti karena harga KPR sejak awal sudah ditetapkan. Perbedaan pokok antara KPR Konvensional dan Syariah terletak pada akadnya.

Perbedaan pokok antara KPR konvensional dengan Syariah terletak pada akadnya. Pada bank Konvensional, kontrak KPR berdasarkan pada suku bunga tertentu yang sifatnya bisa fluktuatif, sedangkan KPR Syariah bisa dilakukan dengan beberapa pilihan akad alternatif sesuai dengan kebutuhan nasabah dan tentunya sesuai syariat Islam.<sup>18</sup> Seperti KPR iB jual beli (skema *murabahah*), KPR iB sewa (skema *ijarah*), KPR iB sewa bli (skema *ijarah mutahia bittamlik- IMBT*), dan KPR iB kepemilikan bertahap (skema *musyarakah mutanaqisah*).

Produk KPR yang digunakan dan ditawarkan oleh Bank BTN Syariah adalah KPR dengan jual beli tersebut menggunakan skema *murabahah*, sehingga cicilan pada KPR Syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau kenaikan yang dipengaruhi suku bunga.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>[www.btn.co.id](http://www.btn.co.id) (26 Januari 2021).

<sup>18</sup>Dina Zulfa Ofera, "Pengaruh Margin Murabahah, Bunga Kpr Bank Konvensional Dan Ujrah Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pembiayaan Kongsy Kepemilikan Rumah Syariah (Kprs) Di Bank Muamalat Cabang Medan," (Tesis Magister, Program Pascasarjana, UIN Sumatra Utara, 2016), h.31

<sup>19</sup>Solihin Ahmad Ifham, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h.85.

Akad *Murabahah* adalah suatu kegiatan jual beli dimana Bank dalam hal ini bertindak sebagai penjual yang memberitahukan harga asal/modal ditambah dengan margin barang kepada konsumen atau nasabah. *Murabahah* berasal dari kata *ar-ribbu* dari bahasa arab yang artinya kelebihan dan tambahan (keuntungan). Sedangkan sebagai istilah, *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal, dengan tambahan keuntungan yang disepakati.<sup>20</sup> Hal ini juga dijelaskan dalam PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah paragraph 52 dijelaskan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>21</sup>

Pelaksanaan ini tercantum pada penetapan dari MUI Melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 111/DSN-MUI/IX/2017. Berdasarkan Fatwa MUI, *bai' al-murabahah* adalah akad jual beli suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sesuai yang disepakati bersama.<sup>22</sup>

Akad *Murabahah* memiliki beberapa rukun yang telah digariskan oleh ulama guna menentukan sahnya akad tersebut, rukun yang dimaksud adalah:

- 1) Penjual (*bai'*) dianalogikan sebagai Bank;
- 2) Pembeli (*musytari*) dianalogikan sebagai nasabah;
- 3) Barang yang diperjual belikan (*mabi'*);
- 4) Harga dianalogikan sebagai *pricing* atau plafon pembiayaan;
- 5) Ijab Qobul dianalogikan sebagai akad atau perjanjian, yaitu pernyataan persetujuan yang dituangkan dalam akad perjanjian.

<sup>20</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media), h. 30.

<sup>21</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h.81-82

<sup>22</sup>Bagya Agung, *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), h. 25.

Sedangkan untuk syarat pada akad ini, yaitu sebagai berikut :

- a) Mengetahui harga pertama (harga pembelian);
- b) Mengetahui besarnya keuntungan, dimana hal ini adalah keharusan karena merupakan bagian dari harga (*tsaman*), sedangkan mengetahui harga adalah syarat jual beli.
- c) Akad jual beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.

Adapun Syarat-syarat dan Ketentuan Pengajuan KPR BTN Bersubsidi iB, adalah sebagai berikut:

1) Syarat dan Ketentuan :

- a) Pemohon merupakan WNI berusia 21 atau telah menikah.
- b) Pemohon mempunyai NPWP dan SPT PPh orang pribadi sesuai ketentuan perundang-undangan
- c) Pemohon telah bekerja/memiliki usaha minimal 1 tahun.
- d) Pemohon memiliki penghasilan yang cukup untuk pembayaran angsuran sampai dengan fasilitas pembayaran lunas.
- e) Pemohon dan pasangan belum memiliki rumah.
- f) Pemohon dan pasangan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah.

Pemohon melengkapi persyaratan dokumen sebagai berikut :

- a) Pemohon melengkapi formulir aplikasi pembayaran dilengkapi dengan pas photo terbaru pemohon dan pasangan.
- b) Fotokopi KTP pemohon dan pasangan, fotokopi kartu keluarga dan fotokopi surat nikah/cerai.

- c) Asli slip gaji 3 (tiga) bulan terakhir dengan fotokopi SK pengangkatan pegawai tetap/surat keterangan kerja.
- d) Surat keterangan penghasilan dan surat ijin usaha/surat keterangan usaha dari pihak yang berwenang.
- e) Fotokopi NPWP dan SPT PPh orang pribadi.
- f) Fotokopi rekening tabungan/ giro 3 (tiga) bulan terakhir.
- g) Surat pernyataan belum memiliki rumah dari pemohon dan pasangan.
- h) Surat pernyataan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk kepemilikan rumah dari pemohon dan pasangan.

Biaya-biaya:

- a) Biaya administrasi.
- b) Biaya notaris.
- c) Biaya appraisal.

### **3. Penerapan Nilai-Nilai Islam**

#### **a. Teori Penerapan**

Menurut Kamus Besar Indonesia penerapan merupakan proses, cara, perbuatan menerapkan.<sup>23</sup> Sedangkan menurut Usman (2002) penerapan (*implementasi*) adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem. Tetapi penerapan yang dimaksud bukanlah sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Adapun Setiawan (2004), penerapan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif.

<sup>23</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusata Bahasa*, edisi IV, Cet I, (Jakarta: PT. Gramedia Musatafa Utama, 2008), h. 1448.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan atau aktivitas yang dilakukan individu atau kelompok dengan sistem yang terencana untuk mencapai sebuah tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi:

- 1) Adanya program yang dilaksanakan.
- 2) Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
- 3) Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.<sup>24</sup>

#### **b. Teori Nilai-nilai Islam**

Secara konsepsi Nilai Islam ada dua yang harus dibahas yaitu Nilai dan Islam. Nilai (*value*) berasal dari bahasa latin “*valere*” yang berarti berguna,, berdaya dan berlaku. Nilai merupakan kualitas dari sesuatu yang membuat sesuatu itu disukai, diinginkan , dimanfaatkan, berguna atau dapat menjadi objek kepentingan.<sup>25</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia nilai diartikan sebagai sifat-sifat (hal) yang berguna bagi kemanusiaan atau sesuatu yang menyempurnakan manusia.<sup>26</sup> Dalam konteks keagamaan, nilai merupakan konsep mengenai penghargaan tinggi yang diberikan oleh masyarakat kepada beberapa masalah pokok dikehidupan keagamaan yang

---

<sup>24</sup>K Maria, “Teori Penerapan”, blog K Maria. <http://eprints.uny.ac.id/9331/3/bab%20208208241006.pdf> (2012).

<sup>25</sup>Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Golo Riwu, 2000), h.721.

<sup>26</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat, <https://kbbi.web.id/nilai.html> (10 Februari 2021).



bersifat suci sehingga menjadi pedoman tingkah laku warga masyarakat bersangkutan.<sup>27</sup>

Islam secara etimologis berasal dari bahasa Arab *salima* yang artinya selamat. Dari kata itu terbentuk *aslama* yang artinya menyerahkan diri atau tunduk dan patuh. Secara terminologis dapat dikatakan, Islam adalah agama wahyu berintikan Tauhid atau keesaan Tuhan yang diturunkan oleh Allah swt. kepada Nabi Muhammad saw. sebagai utusan-Nya yang terakhir dan berlaku bagi seluruh manusia, di mana pun dan kapan pun, yang ajarannya meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Nilai islam berpedoman pada Al-Quran mencakup seluruh persoalan hidup dan menjadi pedoman berbagai problem dan apabila dihayati secara diamalkan akan dijadikan pemikiran, rasa dan mengarah pada realitas keamanan yang dibutuhkan bagi stabilitas dan ketentraman kehidupan pribadi dan masyarakat.<sup>28</sup>

Menurut Musrin (2004), nilai-nilai islam adalah sifat-sifat dari ajaran islam yang penting dan berguna bagi kemanusiaan yang tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah tetapi juga mengatur hubungan antar manusia dengan manusia dengan alamnya. Nilai-nilai islam pada hakekatnya merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia menjalankan kehidupan didunia ini.<sup>29</sup> Hal ini sejalan dengan Q.S Al- Imran ayat 110:<sup>30</sup>



<sup>27</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h.615

<sup>28</sup>Andi Hastono, *Nilai-nilai Islam Pada Budaya Bank Syariah Mandiri Pusat Sarjana Sosial Islam, Manajemen Dakwah Syarif Hidayatullah*, (Jakarta: 2009), h. 16.

<sup>29</sup>M. Mursin, *Sistem Nilai dan Pandangan Hidup Serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Wardah, 2004), h. 64.

<sup>30</sup>Al-Quran Karim dan Terjemahannya



Terjemahnya:

*“Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (dengan syarat sanggu) menyuruh kepada yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah... ”. (Q.S Al- Imran: 110)*

Maknanya, dalam hal operasionalnya Bank syariah harus menjadikan Al-Quran dan hadis sebagai dasar falsafah dan pengembangan dalam memformulasikan konsep perbankan yang islami. Karena kataatan pada prinsip-prinsip Qurani akan memeberikan jaminan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan perbankan serta akan menjaga aktivitas komersial pada jalur yang benar. Sehingga islam menjadi umat yang unggul.

Bank Syariah dengan operasinal yang islami terwujud jika tiga syarat terpenuhi: yaitu, pertama mampu mengajak kebaikan setelah mampu menunjukkan prestasi kebaikan, keduamencegah kemungkar setelah sanggup dan mampu menghindari kejelekan dan ketidak teraturan, serta yang ketiga, beriman kepada Allah.<sup>31</sup> Sebaliknya umat islam yang tidak mempraktikkan nilai-nilai yang terdapat pada Al-Quran niscaya akan memeperoleh kegelapan. Maka hendaklah menjadikan Al-Quran sebagai petunjuk hidup dalam realita kehidupan yang sebenarnya adalah lading investasi bagi manusia sebelum menuju akhirat. Hal ini berlaku pula pada praktek perbankan syariah yang bukan hanya mencari keuntungan (*falah*) dunia saja tetapi juga akhirat.

---

<sup>31</sup>A. Qadri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat: Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam*, cet. I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 69

Secara garis besar nilai dapat diartikan sebagai kualitas suatu hal yang menjadikan hal yang disukai, diinginkan dikejar, dihargai, berguna dan suatu yang terpenting atau berharga bagi manusia sekaligus sebagai tipe kepercayaan yang menjadi dasar bagi seseorang maupun kelompok masyarakat yang dijadikan pijakan dalam tindakannya haruslah sesuai dengan ajaran islam. Nilai ini juga dimaksudkan bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah saja tetapi juga mengatur hubungan antar manusia dengan manusia.

### c. Pembagian Nilai-nilai Islam

Islam merupakan *the comprehensive way of life* bagi setiap muslim. Ajaran-ajarannya bersifat universal ditujukan kepada seluruh umat manusia untuk mencapai kemaslahatan, baik dalam berbangsa maupun dalam masalah ekonomi. Dalam dunia modern saat ini kita umat islam dituntut untuk menghadapi tantangan dari dua sisi. Di mana satu sisi umat islam harus mampu mengikuti perkembangan global di bidang ekonomi, disisi lain umat islam harus mampu bertahan di era globalisasi dengan tetap berpegang teguh atau berpedoman pada nilai-nilai islam (syariah).

Menurut Faturrahman (2001) Nilai Islam dalam konteks perbankan syariah, produknya didasarkan pada hukum perjanjian islam yang terbagi menjadi 6. Yaitu:<sup>32</sup>

- 1) *Al- Hurriyah*(kebebasan), merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad. Asas kebebasan berkontrak dalam hukum islam dibatasi oleh ketentuan syariah islam. Dalam membuat perjanjian ini tidak boleh ada unsur paksaan, kekhilafan dan penipuan. Hal ini sejalan dengan kebebasan dalam ekonomi

---

<sup>32</sup>Faturrahman Djamil (et, al), *Hukum Perjanjian Syariah*, h. 249.

yang merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya.

- 2) *Al-Musawah*(persamaan dan kesetaraan), merupakan asas nilai-nilai yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama, sehingga dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad/perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang. Dalam islam itu sendiri menunjukkan bahwa semua orang mempunyai kedudukan yang sama di depan hukum yang membedakan hanyalah derajat ketaqwaanya di sisi Allah swt.
- 3) *Al- 'Adl*(keadilan), Allah adalah Sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini, dan *'Adl* (Keadilan) merupakan salah satu sifat-Nya. Allah menganggap semua manusia itu sama di hadapan-Nya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi pembeda bagi-Nya adalah tingkat ketaqwaan setiap individual. Maka dalam suatu perjanjian/akad menuntut setiap pihak harus melakukan yang benar, serta perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang serta tidak boleh mendatangkan kerugian hanya pada salah satu pihak saja.

Dari segi ekonomi, keadilan juga dapat dipahami sebagai konsep persaudaraan dan kesetaraan perlakuan yang sama pada setiap individu dalam masyarakat dan dihadapan hukum harus diimbangi dengan keadilan ekonomi.<sup>33</sup>

- 4) *Al-Ridha*(kerelaan) merupakan nilai-nilai yang menyatakan bahwa setiap transaksi yang dilakukan atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak yang

---

<sup>33</sup>Ahmad ihfam solihi, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 396.

melakukan akad/perjanjian dan di dalamnya tidak ada unsur paksaan, tekanan, penipuan ataupun *mis-statement*.

- 5) *Ash-Siddiq*(kebenaran dan kejujuran) merupakan nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam akad/perjanjian harus dilakukan secara jujur dan benar. Perjanjian yang di dalamnya mengandung unsur kebohongan atau penipuan, memberikan hak kepada pihak lain untuk menghentikan proses perjanjian tersebut.

Hal ini juga menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang esensial demi terlaksana suatu akad/perjanjian. Serta dari nilai inilah muncul sifat efektivitas dan efisiensi kerja dari seseorang.

- 6) *Al-Kitabah*(tertulis) merupakan nilai-nilai yang mengatur bahwa setiap perjanjian hendaknya dibuat secara tertulis guna sebagai bukti dikemudian hari.

#### **d. Penerapan Nilai-nilai Islam pada Bank Syariah**

Kebutuhan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi salah satu tolak ukur bagi pengembangan syariah ke depannya. Masyarakat menginginkan perbankan yang ada tidak hanya berlabel syariah saja, namun masyarakat mengharapkan penerapan nilai-nilai Islam secara utuh dalam setiap aktivitas perbankan syariah. Berbagai penelitian telah dilakukan berkaitan dengan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Dari data yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016 diketahui bahwa hanya sekitar  $\pm 5\%$  saja dari jumlah penduduk di lima kota besar Indonesia (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Medan) yang memiliki rekening di bank syariah.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Statistik Perbankan* (12 Januari 2021).

Faktor yang menjadi Salah satu penghambat dari perkembangan perbankan syariah adalah masih adanya keraguan masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik perbankan syariah. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa perbankan syariah sama saja dengan perbankan konvensional, perbedaannya hanya terletak pada pelabelan syariahnya saja. Tentunya paradigma berfikir seperti memberi efek negatif terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Untuk itu, perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk menghilangkan paradigma berfikir negatif masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik perbankan syariah. Pemerintah, perbankan syariah dan semua elemen praktisi perbankan syariah perlu lebih gencar lagi melakukan sosialisasi tentang penerapan nilai-nilai Islam pada perbankan syariah.

#### **4. Teori Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Apa bila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan bisa dikatakan memuaskan.

Menurut Kotler (2005) dalam bukunya Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa Kepuasan Nasabah/ Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Guiltinan Kepuasan Pelanggan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.<sup>35</sup>

Sedangkan menurut Engel (1990) dalam buku Tjiptono (1997) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Sama halnya pada nasabah Bank Syariah, nasabah juga akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai/melebihi dari yang diharapkan. Nasabah juga akan cenderung lebih puas ketika mereka mendapatkan keuntungan dari hasil transaksi dengan produk-produk yang Bank tawarkan, melebihi ataupun sesuai dengan yang diekspektasikan atau telah diharapkan oleh nasabah itu sendiri.

#### **a. Indikator Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan/nasabah merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan indikator kepuasan nasabah Menurut Irawan (2008), yaitu:

- 1) Perasaan puas (dalam artian puas terhadap produk dan pelayanan)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

---

<sup>35</sup>Dedylondong, "Kepuasan Pelanggan Customer", dalam <http://dedylondong.blogspot.com/2012/040kepuasan-pelanggan-customer.html> tanggal 4 April 2021 pukul 19.00.

2) Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

**b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Faktor-faktor tersebut meliputi:<sup>36</sup>

- 1) Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability* dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:
  - a) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

---

<sup>36</sup>Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: PT. Elek Media Komposindo, 2002), h.



b) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi.

Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

c) *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personil untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen atau merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

d) *Empathy* (empati), yang meliputi sikap kontak personil maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

e) *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada pada dalam proses pelayanan. Penilaian terhadap metode ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.<sup>37</sup>

3) Faktor emosional Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

---

<sup>37</sup>Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 51.

- 4) Harga Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang *relative* besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat value for money yang tinggi.
- 5) Kemudahan Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

### c. Metode pengukuran kepuasan nasabah

Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah menurut Kotler (1999:54) yaitu:

#### 1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi terbangun atas dasar memperhitungkan kebutuhan dan keinginan pelanggan/konsumen/nasabahnya sehingga dalam setiap kinerja yang dilakukan dibutuhkan keluhan dan saran yang dapat menjadi tolak ukur munculnya ide-ide baru dan masukan yang sifatnya membangun bagi organisasi/perusahaan. Hal ini juga akan membantu pihak Bank untuk bertindak cepat dan tanggap dalam menghadapi permasalahan yang mungkin akan timbul.

Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dan dapat dijangkau pelanggan atau komentar yang dapat diisi langsung maupun dikirimkan via pos pada perusahaan/Bank.

#### 2) *Ghost Shopping*

Teknik ini dilakukan dengan menunjuk atau mempekerjakan orang untuk turun ke lapangan berperan atau bersikap seolah-olah sebagai nasabah/pembeli potensial produk yang dikeluarkan oleh pesaing/Bank lain. Dari sinilah akan diketahui

kelebihan dan kelemahan produk perusahaan pesaing. Serta merupakan cara yang bisa dilakukan untuk mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan nasabah, menjawab pertanyaan/pendapat dan menangani setiap keluhan yang ada.

### 3) *Survey* Kepuasan Nasabah

Metode *survey* kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu:<sup>38</sup>

- a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan, seperti “ ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan Bank BTN Syariah pada skal berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”.
- b) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derjat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

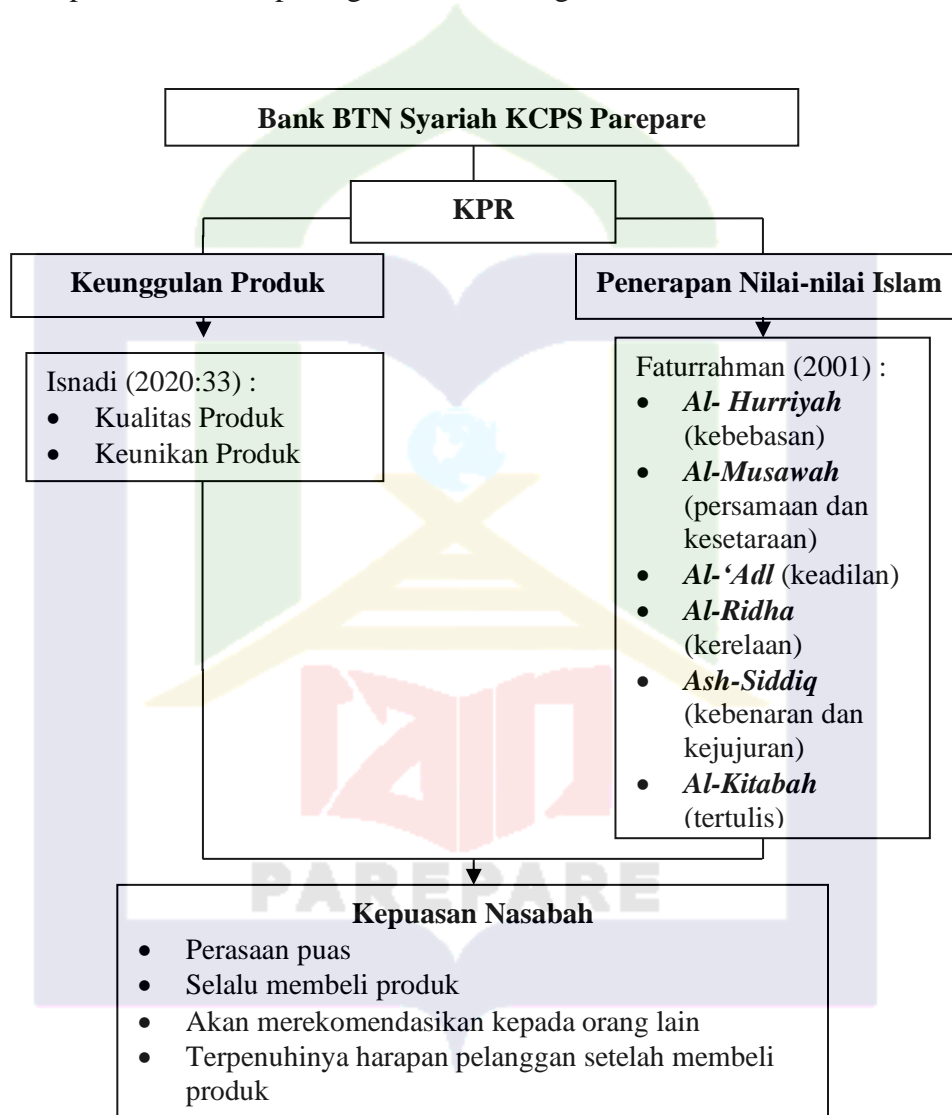
### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir menggambarkan alur penelitian, “Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Bank BTN

---

<sup>38</sup>Cybercloning. “Pengaruh Kualitas Pelayanan” <http://cybercloning.blogspot.com/2011/04/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html> (14 Januari 2021).

Syariah KCPS Parepare)” merupakan judul dari penelitian sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dan Penerapan Nilai-nilai Islam ( $X_2$ ) sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), maka dari itu alur dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pikir**

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori, perumusan masalah serta penelitian terdahulu, maka penulis mengajukan hipotesis yang merupakan kesimpulan sementara apakah ada hubungan antara dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat dalam penulisan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>** Keunggulan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN KCPS Parepare.
- H<sub>2</sub>** Penerapan Nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN KCPS Parepare.
- H<sub>3</sub>** Variabel Keunggulan Produk yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Parepare.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan upaya sistematis dan objektif untuk mempelajari suatu masalah dan menemukan prinsip-prinsip umum yang juga berarti upaya mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan. Pengetahuan manusia tumbuh dan berkembang berdasarkan kajian-kajian yang akhirnya mendapatkan temuan-temuan baru yang terus berkembang. Kegiatan penelitian dilakukan dengan tujuan menemukan, membuktikan, dan mengembangkan pengetahuan tertentu. Dengan ke tiga hal tersebut, maka implikasi dari hasil penelitian akan dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.<sup>39</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam proposal ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah skripsi yang diterbitkan STAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.<sup>40</sup>

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu keunggulan produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Syariah KCPS

---

<sup>39</sup>M Hikmat Mahi, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*, (Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2014), h. 29-30.

<sup>40</sup>Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013).

Parepare. Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh.<sup>41</sup>

Dimana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mendasarkan pada perhitungan angka-angka, dengan variabel data yang diteliti yaitu Keunggulan Produk, Penerapan Nilai-nilai Islam, dan Kepuasan Nasabah.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare dengan waktu penelitian  $\pm$  2 bulan.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan atau individu disebut unit analisis, bisa berupa orang, rumah tangga, tanah dan sebagainya dalam bentuk yang biasa dipakai dalam survei. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.<sup>42</sup> Berdasarkan kualitas dan cirri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah nasabah KPR Bank BTN Syariah KCPS Parepare yang berjumlah 7000 orang.

### **2. Sampel**

Penelitian ini menggunakan sampel yang akan diambil dalam ukuran besar yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga digunakan rumus *Slovin*.

---

<sup>41</sup>M Hikmat Mahi, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*, (Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2014), h. 41.

<sup>42</sup>Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), h. 47.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian yang dapat dianggap mewakili kondisi atau keadaan populasi.<sup>43</sup>

Rumus perhitungan besaran sampel Rumus *Slovin*:

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

$$n = \frac{7000}{1 + (7000 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = 98,56$$

Ket:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : kelonggaran ketidak telitian karna kesalahan pengambilan sampel yang ditoleriri, misalnya 10%.

Penentuan data yang akan diteliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik non random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sehingga kemungkinan untuk menjadi sampel berlaku bagi semua nasabah yang dibutuhkan oleh peneliti. Berdasarkan Rumus yang digunakan jumlah sampel yang pada penelitian ini berjumlah 98 orang.

---

<sup>43</sup>Hasyim, Rina Anindita, *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset bidang Pemasaran*, (Jakarta: UIEU-University Press, 2009), h. 73.



## D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

### 1. Observasi

Langkah pertama yaitu, peneliti melakukan observasi yang dimana peneliti melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>44</sup>

Observasi pada penelitian ini akan dilaksanakan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

### 2. Kuesioner (Angket)

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat daftar pertanyaan asatau pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.<sup>45</sup> Kuesioner juga merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang sangat efisien dalam penelitian kuantitatif karena dari hasil kuesioner akan diketahui respon secara terukur variabel yang sedang peneliti teliti. Di dalam kuesioner terdapat sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden dan kemudian responden diminta menjawab sesuai dengan pendapat dan pemikiran mereka.

Teknik pengumpulan informasi dalam penggunaan kuesioner memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan oleh

---

<sup>44</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Ed 1, Cet. 3(Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 42

<sup>45</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Administras*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 162

sistem yang sudah ada.<sup>46</sup>. Angket dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang Kualitas layanan dan kepercayaan nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau spesifikasi kegiatan yang akan digunakan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiono: 2004). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi beberapa indikator meliputi:

#### **1. Variabel Independen (bebas)**

Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen (terikat). Metode inilah menguji untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar dua set variable (Ghozali: 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi Variabel Bebas atau Independen (X) adalah:

##### **a. Faktor Keunggulan Produk ( $X_1$ )**

Keunggulan produk didefinisikan sebagai sejauh mana keunggulan produk dipercaya akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Indikator yang digunakan untuk variabel keunggulan produk (Isnadi: 2020) : kualitas produk dan keunikan produk.

##### **b. Faktor Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ )**

Menurut Musrin (2004) nilai-nilai islam adalah sifat-sifat dari ajaran islam yang penting dan berguna bagi kemanusiaan yang tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah saw, tetapi juga dengan sesama manusia.

---

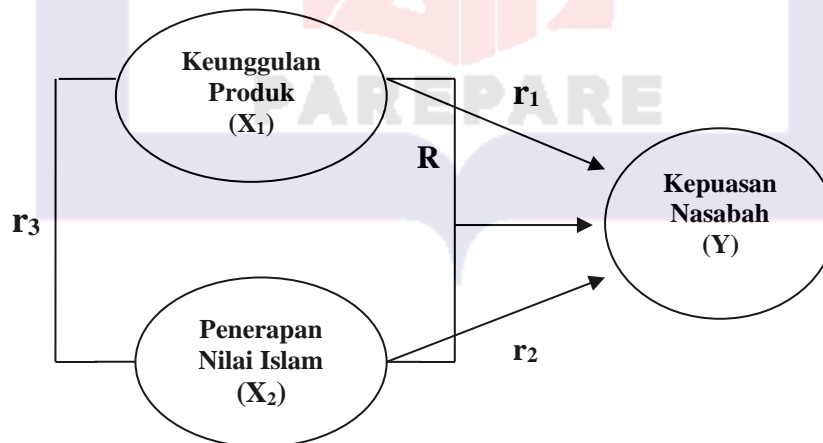
<sup>46</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. 1, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 21

Bank yang berlatarkan Syariah tentu nilai islamnya menjadi tolak ukur kesyariahannya. Indikator yang digunakan untuk variabel penerapan nilai islam sebagai berikut (Faturrahman: 2001) :*Al-Huriyyah* (kebebasan), *Al-Musawah* (persamaan dan kesetaraan), *Al- 'Adl* (keadilan), *Ar-Ridha* (kerelaan), *Ash-Siddiq* (kebenaran dan kejujuran), *Al-Kitabah* (tertulis).

## 2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel Dependen (terikat) adalah variabel yang nilai dipengaruhi oleh Variabel Bebas atau Variable Dependen. Tujuan variable dependen ini adalah untuk menentukan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara individual atau bersamaan (Ghozali: 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi Variabel Dependen atau Terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y).

Menurut Irawan (2008) ada empat item pertanyaan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk tersebut.



**Gambar 3.1 Paradigma Penelitian**

Keterangan :

$r$  = Korelasi Hubungan

$r_1$  = Korelasi Hubungan  $X_1$  dengan  $Y$

$r_2$  = Korelasi Hubungan  $X_2$  dengan  $Y$

$r_3$  = Korelasi Hubungan  $X_1$  dengan  $X_2$

$R$  = koefisien Korelasi ganda antara  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ .

Variabel bebas ( $X$ ) terdiri dari Keunggulan Produk ( $X_1$ ), Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ). Sedangkan variabel terikatnya ( $Y$ ) adalah Kepuasan Nasabah. ( $r_1$ ) menunjukkan hubungan antara ( $X_1$ ) dengan ( $Y$ ). ( $r_2$ ) menunjukkan hubungan antara ( $X_2$ ) dengan ( $Y$ ). Sedangkan ( $r_3$ ) menunjukkan hubungan antara ( $X_1$ ) dengan ( $X_2$ ).

#### F. Instrumen Penelitian

Skala likert dengan 5 poin adalah Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini yang akan diberikan kepada nasabah yang datang. Adapun 5 alternatif tersebut sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Instrument Skala Likert**

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari

pilihan yang tersedia. Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Pada penelitian ini disediakan lima skala dengan format sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.<sup>47</sup> Di mana pernyataan positif diberi skor 5,4,3,2 dan 1, sedangkan bentuk pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4 dan 5. Sedangkan untuk menghasilkan yang benar maka data yang hendak digunakan harus memenuhi standar validitas dan reabilitas instrument sesuai dengan ketentuan yang lazim dipakai dalam penelitian kuantitatif.<sup>48</sup>

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu bentuk pengujian dengan tujuan untuk mengukur sah tidaknya suatu pertanyaan dalam penelitian terhadap kualitas data primer.

Uji validasi dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total, sedangkan jika data yang diperoleh adalah data interval kita bisa menggunakan product moment.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variasi dari nilai berbeda maka disebut

---

<sup>47</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 25

<sup>48</sup>*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, h. 28.

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

#### 5. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. *One Sample T Test* / Uji t satu sampel

*One sample t test* merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Dasar pengambilan keputusan dalam *One sample t test* yaitu:

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Rumus :

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

Ket :

t = Koefisien t

$\bar{x}$  = Mean sampel

$\mu$  = Mean populasi

S = Standard deviasi sampel

N = Banyak sampel

**Tabel 3.2**

**Skor klasifikasi**

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

## 2. Korelasi *Pearson Product Moment*

Penelitian yang dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Dengan teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.<sup>49</sup>

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

<sup>49</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), h. 326.

Ket:

$n$  = Jumlah data (responden)

$x$  = Variabel bebas

$y$  = Variabel terikat

$r$  = Korfisien Korelasi

**Tabel 3.3**

**Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan**

No	Nilai Korelasi ( $r$ )	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 - 0,399	Lemah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 0,100	Sangat Kuat

3. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ , berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a : \beta > 0$ , berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a$  diterima jika  $p\text{-value} < \text{level of significant}$

$H_0$  diterima jika  $p\text{-value} > \text{level of significant}$ .

$$T_{hitung} = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad T_{tabel} = n - 2$$



Ket:

$r$  = Koefisien Korelasi

$n$  = Jumlah Sampel

#### 4. Uji F (Pengujian secara simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ , berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$H_a : \beta > 0$ , berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$H_a$  diterima jika  $p\text{-value} < \text{level of significant}$

$H_0$  diterima jika  $p\text{-value} > \text{level of significant}$ .

#### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengukur seberapa besar pengaruh hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). adapun persamaan regresi linear berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

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

Ket:

Y = Kinerja karyawan

a = Konstanta

$X_1$  = Tingkat pendidikan

$X_2$  = Pengalaman kerja

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi

e = Error

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang besarnya merupakan kuadrat dari korelasi dan penggunaannya dinyatakan dalam persentase. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial digunakan koefisien determinasi. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 – 1. Jika determinasi totalnya ( $R^2$ ) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika determinasi totalnya ( $R^2$ ) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus:

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

Ket:

$R^2$  : Koefisien Determinasi

r : koefisien korelasi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini populasinya adalah nasabah bank BTN Syariah KCPS Parepare dan metode yang digunakan adalah metode angket atau kuesioner dengan memberikan atau membagikan secara langsung angket atau kuesioner tersebut kepada nasabah yang berkunjung atau bertransaksi di Bank BTN Syariah KCPS Parepare tersebut.

#### 1. Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan menurut karakteristiknya, yaitu sebagai berikut:

##### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Pria	63	64%
Wanita	35	36%

Dari tabel 4.1 maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah nasabah berjenis kelamin Pria sebanyak 63 Responden atau setara dengan 64% dari jumlah sampel sedangkan wanita hanya sebanyak 35 responden atau setara dengan 36% dari jumlah sampel.

## b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur Responden	Jumlah	Presentase %
16-25	9	9%
26-35	72	73%
36-45	17	18%

Dari tabel 4.2 maka dapat diketahui bahwa dari total jumlah responden sebanyak 98 orang, responden terbanyak dari segi umur adalah rentan usia 26-35 Tahun yaitu sebanyak 72 responden atau setara dengan 73%. Responden dengan rentan umur 36-45 sebanyak 17 responden atau 18% dari jumlah total responden.

## c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir Responden	Jumlah	Presentase %
SMP	4	4%
SMA/SMK	52	53%
DIPLOMA	6	6%
S1/S2	36	37%

Dari tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden terbanyak jika dilihat dari pendidikan terakhirnya adalah SMA/SMK sebanyak 52 orang atau setara dengan 53%. Sedangkan untuk pendidikan DIPLOMA hanya sebesar 6% dan S1/S2 sebesar 37%.

## d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase %</b>
PNS/Guru/Polri	17	18%
Karyawan Swasta	65	66%
Wiraswasta	12	12%
TNI/AD	4	4%

Dari tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah Karyawan Swasta sebanyak 65 responden atau setara dengan 66%. Disusul responden dengan pekerjaan sebagai PNS/Guru/Polri sebanyak 17 orang atau setara dengan 18%, wiraswasta sebanyak 12% dan terakhir responden dengan pekerjaan sebagai TNI/AD sebanyak 4 responden dari jumlah responden sebanyak 98 orang.

**2. Deskripsi Jawaban Responden**

## a. Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Produk (X1)

Tabel 4.5

**Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Produk (X<sub>1</sub>)**

Responden	Keunggulan Produk (X <sub>1</sub> )					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	5	21
2	4	4	3	4	4	19
3	5	3	4	3	5	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
98	4	3	3	4	5	19
Total						2074
Mean						21,46

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X<sub>1</sub> mengenai Keunggulan Produk pada Bank BTN KCPS Parepare hasil perhitungannya dari 98 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2074 untuk variabel X<sub>1</sub> dan rata-ratanya sebesar 21,4.

b. Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

Tabel 4.6

**Jawaban Responden Terhadap Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>)**

Responden	Penerapan Nilai Islam (X <sub>2</sub> )					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	4	4	19
2	4	4	3	4	4	19
3	4	3	4	3	5	19
4	4	4	3	5	4	20
5	4	4	4	4	5	21
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
98	5	4	4	5	4	22
Total						2080
Mean						22,1

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh reponden untuk variabel X<sub>2</sub> mengenai Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah hasil perhitungannya dari 98 responden yang telah mengisi kuesioner atau angket yang diberikan berjumlah 2080 untuk variabel X<sub>2</sub> dengan rata-rata 22,1.

c. Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

**Tabel 4.7**

**Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Responden	Kepuasan Nasabah (Y)					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	1	17
2	4	4	3	4	1	16
3	5	4	3	4	2	18
4	4	5	5	4	1	19
5	4	5	4	3	1	17
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
98	4	3	5	4	1	17
Total						1851
Mean						21,28

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) dari hasil perhitungan 98 responden yang telah mengisi kuesioner atau angket yang telah dibagikan berjumlah 1851 dengan rata-rata 21,28.

## **B. Pengujian Persyaratan Analisis Data**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir item dalam instrument itu valid atau tidak dengan cara mengkorelasikan agar skor butir dengan skor total menggunakan program computer SPSS. Apabila korelasi tiap item pertanyaan positif dan besarnya 0,30 keatas ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ) maka item butir tersebut

valid dan jika korelasi dibawah 0,30 ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), maka item butir tersebut tidak valid dan harus di perbaiki.

a. Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk

Berdasarkan pada tabel 4.10, dapat dilihat pada hasil uji validitas Keunggulan Produk ( $X_1$ ) pada  $r_{hitung}$  semuanya berada diatas 0,30 dan juga lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  sebesar 0,196 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk ( $X_1$ )**

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item _1	Pearson Correlation	1	.009	.120	.075	.323**	.559**
	Sig.(2-tailed)		.928	.238	.466	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _2	Pearson Correlation	.009	1	.301**	.118	.087	.571**
	Sig.(2-tailed)	.928		.003	.247	.394	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _3	Pearson Correlation	.120	.301**	1	-.018	-.074	.523**
	Sig.(2-tailed)	.238	.003		.858	.469	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _4	Pearson Correlation	.075	.118	-.018	1	-.011	.457**
	Sig.(2-tailed)	.466	.247	.858		.917	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _5	Pearson Correlation	.323**	.087	-.074	-.011	1	.508**
	Sig.(2-tailed)	.001	.394	.469	.917		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Skor _Tot al	Pearson Correlation	.559**	.571**	.523**	.457**	.508**	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20



b. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2).

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validasi Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>)**

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.169	.027	.145	.331*	.615**
	Sig. (2-tailed)		.097	.795	.154	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_2	Pearson Correlation	.169	1	-.026	.014	.190	.524**
	Sig. (2-tailed)	.097		.797	.893	.061	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_3	Pearson Correlation	.027	-.026	1	.122	-.120	.469**
	Sig. (2-tailed)	.795	.797		.233	.239	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_4	Pearson Correlation	.145	.014	.122	1	-.163	.443**
	Sig. (2-tailed)	.154	.893	.233		.108	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_5	Pearson Correlation	.331*	.190	-.120	-.163	1	.464**
	Sig. (2-tailed)	.001	.061	.239	.108		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Skor_Total	Pearson Correlation	.615*	.524*	.469*	.443*	.464*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Kepercayaan (X2) pada  $r_{hitung}$  semuanya berada diatas 0,30 dan juga lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  sebesar 0,196 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Kepercayaan (X2) dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

c. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)**

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.380**	.368**	.150	.043	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.140	.671	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_2	Pearson Correlation	.380**	1	.229*	-.053	-.050	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.602	.626	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_3	Pearson Correlation	.368**	.229*	1	.357**	.044	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024		.000	.666	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_4	Pearson Correlation	.150	-.053	.357**	1	-.053	.483**
	Sig. (2-tailed)	.140	.602	.000		.603	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item_5	Pearson Correlation	.043	-.050	.044	-.053	1	.426**
	Sig. (2-tailed)	.671	.626	.666	.603		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Skor_Total	Pearson Correlation	.660*	.494**	.721**	.483**	.426**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Kepuasan Nasabah (Y) pada  $r_{hitung}$  semuanya berada diatas 0,30 dan juga lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  sebesar 0,196 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reabilitas

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

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

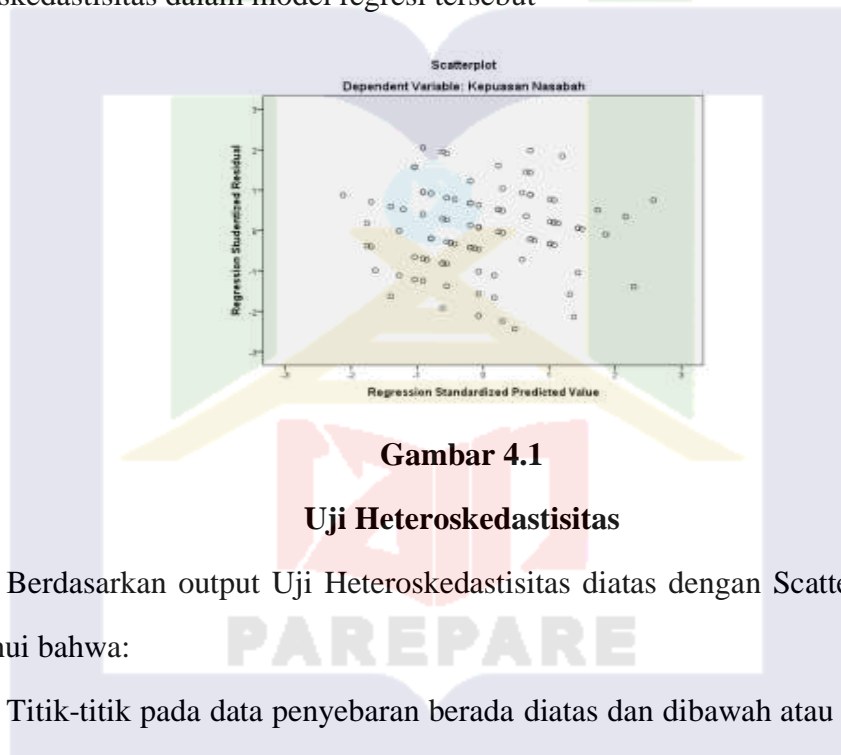
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N	of Items
.455	3	

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas dari setiap item instrumen terhadap semua variabel diperoleh bahwa data valid karena nilai Cronbach's Alphanya lebih besar dari 0.60 ( $0,455 > 0,60$ ) dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0.455 > 0.196$ ) maka dapat dikatakan data yang digunakan handal atau reliable.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun dasar pengambilan keputusannya, jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka kesimpulannya adalah terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut



**Gambar 4.1**

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan output Uji Heteroskedastisitas diatas dengan Scatterplots, dapat diketahui bahwa:

- Titik-titik pada data penyebaran berada diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- Penyebaran titik-titik data membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali pada persebarannya.
- Penyebaran titik-titik data tersebut tidak berpola.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

**Tabel 4.12**

#### Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	7.440	3.147				2.364
1 Keunggulan Produk	.292	.107	.265	2.742	.007	.987	1.014
Penerapan Nilai Islam	.249	.116	.207	2.141	.035	.987	1.014

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Dasar pengambilan keputusannya adalah Jika nilai *Tolerance* > 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi, sebaliknya jika nilai *Tolerance* < 0,05 maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi.

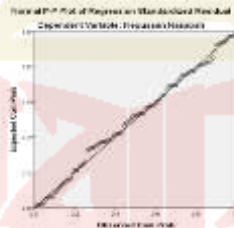
Hasil SPSS diatas telah menunjukkan bahwa diketahui nilai  $0,987 > 0,05$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat korelasi (hubungan) antara variabel bebasnya yakni Variabel  $X_1$

keunggulan produk dan variabel  $X_2$  penerapan nilai-nilai islam pada Bank BTN KCPS Parepare.

### 5. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Kenormalan dari distribusi sebuah data adalah suatu keharusan yang harus terpenuhi ketika peneliti hendak melakukan analisis statistik parametric. Uji normalitas merupakan bagian dari uji prasyarat atau asumsi klasik dalam sebuah analisis regresi.

Dasar pengambilan keputusannya adalah data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik penyebarannya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.



**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas**

Hasil dari gambar grafik diatas menunjukkan bahwa sebaran titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat ditarik kesimpulannya bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah karena telah memenuhi asumsi normalitas.

## C. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji One Sample T Test

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik keunggulan produk, penerapan nilai islam dan kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

#### a. Keunggulan Produk ( $X_1$ )

Pengambilan keputusan sebagai berikut: jika  $H_0$  lebih kecil atau sama dengan 80% dari skor ideal dan  $H_a$  lebih besar dari 80% dari skor ideal.

$$H_0 = \mu < 80\%$$

$$H_a = \mu > 80\%$$

**Tabel 4.13 Hasil *One Sample Statistics* Variabel Keunggulan Produk**  
**One-Sample Test**

	Test Value = 80					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Keunggulan Produk	-301.355	97	.000	-53.837	-54.19	-53.48

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -301.355 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,660. Nilai t hitung ( $-327,938$ ) < t tabel (1,660) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bahwa Keunggulan produk “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata keunggulan produk 86% dari yang diharapkan.

b. Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ )

Pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika  $H_0$  lebih kecil atau sama dengan 80% dari skor ideal, dan  $H_a$  lebih besar dari 80% dari skor ideal.

$$H_0 = \mu < 80\%$$

$$H_a = \mu > 80\%$$

**Tabel 4.14**  
**Hasil *One Sample Statistics* Variabel Penerapan Nilai Islam**

One-Sample Test						
	Test Value = 80					
	T	df	Sig. (2- tailed )	Mean Differen ce	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Penerapan Nilai Islam	-329.257	97	.000	-53.827	-54.15	-53.50

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -329.257 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar . Nilai t hitung  $(-329.257) < t$  tabel (1,660), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bahwa Penerapan Nilai Islam “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata Penerapan nilai islam = 84% dari yang diharapkan.



c. Kepuasan Nasabah (Y)

**Tabel 4.15**  
**Hasil One Sample Statistics Variabel Kepuasan Nasabah**  
**One-Sample Test**

	Test Value = 80					
	T	Df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Kepuasan Nasabah	-259.380	97	.000	-51.102	-51.49	-50.71

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Dari hasil t test di atas diperoleh t hitung sebesar -259.380 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh nilai t tabel 1,687. Nilai t hitung  $(-259.380) < t$  tabel (1,660), maka dikatakan bahwa nilai dari kepuasan nasabah “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata kepuasan nasabah 80% dari yang diharapkan.

## 2. Uji Parsial (t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan variable independen secara individu (parsial) memengaruhi variable dependen. Pada uji ini menjelaskan Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam secara terpisah dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

Hasil uji t yang diolah menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 20 dapat dilihat pada tabel *Coefficien*. Hubungan dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari *p-value*. Nilai *p-value* yang dikatakan

memenuhi standar adalah jika nilai *p-value* lebih kecil dari nilai *level of significant* yaitu 0,05.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.440	3.147		2.364	.020
	Keunggulan Produk	.292	.107	.265	2.742	.007
	Penerapan Nilai Islam	.249	.116	.207	2.141	.035

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20

Tabel Uji t telah dilakukan pada variabel Keunggulan Produk ( $X_1$ ) diketahui bahwa  $p\text{-value} < \text{level of significant}$  dimana  $0,007 < 0,05$  ini berarti Keunggulan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial.

Pada variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam ( $X_2$ ) diketahui  $p\text{-value} < \text{level of significant}$  dimana  $0,035 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial.

### 3. Uji Simultan (f)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari Uji f yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 20 dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel

independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika  $p$ -value (pada kolom signifikan) lebih kecil dari *level of significant* yaitu 0,05.

**Tabel 4.17**  
**Uji Simultan f**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	46.350	2	23.175	6.824	.002 <sup>b</sup>
Residual	322.630	95	3.396		
Total	368.980	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam, Keunggulan Produk

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa  $p$ -value tersebut lebih kecil dari *level of significant* yang telah ditentukan sebesar 0,05. Berarti Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare secara simultan, karena  $0,002 < 0,05$ .

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Nilai  $R$  square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai  $R$  square berkisar antara 0 – 1.

**Tabel 4.18**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.354 <sup>a</sup>	.126	.107	1.843

a. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam, Keunggulan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan gambar 4.18 di atas dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,126, dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,107 =10,7% . jika dilihat menggunakan tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai 10,7% memiliki tingkat hubungan yang sangat lemah.

Maka kesimpulannya antara kedua variabel bebas Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dan variabel Penerapan Nilai-nilai Islam ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) memiliki hubungan namun tidak terlalu mempengaruhinya.

### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya, dimana variabel X sebagai variabel bebas dan Y sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui kelinieran pengaruh antara variabel Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program IMB SPSS maka didapatkan hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.19**

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	B	T	Sig
(Constant)	7.440	2.364	.020
Keunggulan Produk	.292	2.742	.007
Penerapan Nilai Islam	.249	2.141	.035

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 7,440 + 0,292X_1 + 0,249X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta.

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi.

$X_1$  = Variabel Keunggulan Produk

$X_2$  = Variabel Penerapan Nilai Islam

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

$a$  = konstanta sebesar 7,440 menyatakan bahwa jika variabel Keunggulan Produk ( $X_1$ ), variabel Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) dianggap konstan, maka Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare akan positif.

$\beta_1 = 0,292X_1$ , koefisien regresi Keunggulan produk ( $X_1$ ) sebesar 0,292 yang berarti apabila keunggulan produk ( $X_1$ ) positif, maka dipastikan Keunggulan produk menjadi hal utama pada Kepuasan Nasabah.

$\beta_2 = 0,249X_2$ , koefisien regresi Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) sebesar 0,249 yang berarti apabila Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) konstan, maka dengan meningkatnya Penerapan Nilai Islam akan membuat Kepuasan Nasabah meningkat.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai Koefisien Regresi ( $X_n, \beta_n$ ) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol makanya variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lainnya.

Jadi Variabel Keunggulan Produk merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,294 dibandingkan dengan variabel Penerapan Nilai Islam yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,249. Karena  $X_1(\beta_1 = \text{Keunggulan Produk}) > X_2(\beta_2 = \text{Penerapan Nilai Islam})$  dimana  $0,294 > 0,249$  sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah variabel Keunggulan Produk.

Keterangan diatas disimpulkan bahwa Variabel Keunggulan Produk dan Variabel Penerapan Nilai Islam berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah namun variabel Keunggulan Produk adalah Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

#### 6. Korelasi *Pearson Product Moment*

Dasar pengambilan keputusan, pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat korelasi.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Korelasi Secara Parsial**

Correlations				
		Keunggulan Produk	Penerapan Nilai Islam	Kepuasan Nasabah
Keunggulan Produk	Pearson Correlation	1	.116	.289**
	Sig. (2-tailed)		.255	.004
	N	98	98	98
Penerapan Nilai Islam	Pearson Correlation	.116	1	.238*
	Sig. (2-tailed)	.255		.019
	N	98	98	98
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.289**	.238*	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.019	
	N	98	98	98

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

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dengan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara  $X_1$  dan  $Y$ , maka  $H_1$  diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi  $X_1$  terhadap  $Y$  yaitu  $0,289$  yang artinya keduanya ada korelasi.

Antara Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$  yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) dengan variabel Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), maka  $H_2$  diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi  $X_2$  terhadap  $Y$  yaitu  $0,238$  yang artinya tingkat korelasinya lemah.

Terakhir antara variabel  $X_1$  dengan variabel  $X_2$  nilai signifikansi adalah  $0,255 < 0,05$  yang berarti bahwa terdapat korelasi antara  $X_1$  dengan  $X_2$  yang artinya  $H_3$  diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi  $X_1$  terhadap  $X_2$  yaitu  $0,116$  yang artinya ada korelasi.

Tabel 4.21

**Hasil Korelasi secara simultan  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.354 <sup>a</sup>	.126	.107	1.843	.126	6.824	2	95	.002

a. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam, Keunggulan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

*Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20*

Sebelumnya telah di jelaskan hubungan antara masing-masing variabel secara parsial terhadap Kepuasan nasabah, Maka tabel 4.24 diatas menggambarkan hubungan kedua variabel X secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Nasabah. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

Jika  $Sig\ f\ change < 0,05$ . Maka berkorelasi

Jika  $Sig\ f\ change > 0,05$ . Maka tidak berkorelasi

Melihat tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $Sig\ f\ change$  adalah  $0,002 < 0,05$  artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dan Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), maka  $H_3$  diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama terhadap Y yaitu 0,431 yang artinya korelasi Cukup.



## **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN KCPS Parepare**

Keunggulan produk adalah superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibanding dengan tawaran kompetitor.<sup>50</sup> Bagaimana Bank memberikan penawaran berbeda atau inovatif dibanding kompetitornya yang mempengaruhi nasabah atau customer untuk memilih sebuah Bank.

Pembiayaan KPR (Kredit Perumahan Rakyat) pada Bank BTN Syariah merupakan proyek pemerintah yang ditujukan untuk membantu masyarakat. Keunggulannya terletak pada jumlah distribusi kuota yang diberikan pemerintah pada setiap Bank, Bank BTN merupakan Bank dengan distribusi kuota terbanyak seluruh Indonesia untuk pembiayaan KPRnya. Sehingga dalam proses pemberkasan maupun akad pada Bank BTN Syariah tergolong lebih cepat dibanding Bank kompetitor. Sebagaimana yang disampaikan oleh pak riski ananda, sebagai berikut:

“Begini, pembiayaan KPR setiap Bank pada dasarnya sama, karena KPR ini asalnya dari proyek pemerintah kemudian tidak semua Bank itu menerima subsidi dari pemerintah dalam artian kuota itu pemerintah yang atur. Misalkan, Bank A dapat sekian, Bank B dapat sekian. Nah, kebetulan Bank BTN terutama Bank BTN Syariah itu kuota KPRnya itu paling banyak seindonesia. Jadi itu yang menjadi keunggulannya. Dimana dari segi pemrosesan berkas, biasanya lebih cepat dibanding Bank-Bank lain. Karena di Bank lain itu lebih banyak segmentasinya, istilahnya kalau Bank BTN itu segmentasinya perumahan, jadi untuk pemrosesan berkasnya lebih banyak sehingga untuk pilihan-pilihan perumahan itu lebih banyak.”<sup>51</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas diketahui bahwa keunggulan KPR yang dikeluarkan oleh Bank BTN Syariah Parepare terletak pada distribusi kuota subsidi

---

<sup>50</sup>Henard, D.H. dan Szymanski, *Journal Of Marketing Reserch*, dalam D.M., 2001, Vol. XXXVIII August.

<sup>51</sup>Rizki Ananda, “Pegawai BUMN” pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

terbanyak seindonesia, pemrosesan berkas dan akad yang tergolong cepat. Serta sebagai Bank yang segmentasinya perumahan maka ketersediaan pilihan-pilihan perumahan lebih banyak.

Selain itu untuk menarik nasabah Bank BTN Syariah juga memiliki beberapa promosi, dan jaminan mengenai perumahan yang menjadi pilihan nasabah sebelum terjadinya akad sebagaimana pernyataan Bapak Rizki Ananda berikut:<sup>52</sup>

“Beberapa kali itu ada istilah margin promo terutama untuk perumahan yang komersil. Pada Bank BTN itu ada dua jenis KPR, KPR Subsidi dan ada yang Komersil. Nah kebetulankannya BTN Syariah itu banyak yang subsidi tapi ada beberapa promo itu di KPR Komersil, contoh ada pengurangan dari angsuran, biasanya setahun-dua tahun itu angsurannya rendah dulu. Kalau untuk rumah subsidi itu biasanya berupa pengurangan biaya administrasi namun di waktu-waktu tertentu karena termasuk program pemerintah. Promo lebih banyak sebenarnya itu dari perumahan-perumahan bukan di Banknya. Salah satunya ketika terjadi ketika pembayaran DP rumah antara nasabah dan pihak perumahan, biasanya ada yang menggratiskan biaya DP nya dulu, kemudian sebelum terjadinya akad”.

Dilihat dari hasil uji validitas dari ke lima butir pernyataan pada variabel Keunggulan Produk diperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan data  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,196 hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Keunggulan Produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

**Tabel 4.22**

**Rekap Uji Validitas Keunggulan Produk**

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Keunggulan Produk</b>			
ITEM 1	0,559	0,196	Valid
ITEM 2	0,571		Valid
ITEM 3	0,523		Valid
ITEM 4	0,457		Valid
ITEM 5	0,508		Valid

<sup>52</sup>Rizki Ananda, “Pegawai BUMN” pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

Dari hasil uji *one sampel t test*, diperoleh Nilai  $t$  hitung  $(-301.355) < t$  tabel  $(1,666)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bahwa Kualitas Layanan yang dikatakan “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel rata-rata keunggulan produk 86% dari diharapkan dilihat dari 98 kusioner yang disebarakan kepada nasabah Bank BTN Syariah KCPS Parepare.

Pernyataan 1 “produk-produk perbankan dari Bank BTN Syariah KCPS Parepare terjamin keamananya”, dari pernyataan tersebut terdapat 33 nasabah yang sangat setuju, 56 nasabah setuju, dan 9 nasabah netral. Pernyataan 2 “produk KPR menjadi produk yang diunggulkan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare”, dari pernyataan tersebut terdapat 31 nasabah sangat setuju, 55 nasabah setuju dan 12 nasabah netral.

Pernyataan 3 “produk KPR di Bank BTN Syariah KCPS Parepare sesuai dengan kebutuhan nasabah”, dari pernyataan tersebut terdapat 40 nasabah sangat setuju, 42 nasabah setuju dan 12 nasabah kurang setuju. Pernyataan 4 “Bank BTN menyediakan kuota terbanyak untuk nasabah yang membutuhkan pembiayaan”, dari pernyataan tersebut terdapat 36 nasabah sangat setuju, 46 nasabah setuju dan 16 nasabah kurang setuju. Pernyataan 5 “informasi mengenai produk KPR BTN Syariah Parepare dapat diketahui dengan mudah” dari pernyataan tersebut terdapat 40 nasabah sangat setuju, 46 nasabah setuju dan 11 nasabah netral.

Selanjutnya Sesuai dasar pengambilan keputusan dimana, Jika nilai Signifikansi (Sig)  $<$  probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y$  atau hipotesis diterima. Pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variable

keunggulan produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, diketahui bahwa  $p\text{-value} < \text{level of significant}$  dimana  $0,007 < 0,05$  ini berarti Keunggulan Produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial, maka  $H_1$  diterima.

Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara Keunggulan Produk Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dengan Kepuasan Nasabah.

#### **b. Pengaruh Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN KCPS Parepare.**

Penerapan menurut Kamus Besar Indonesia merupakan proses, cara, perbuatan menerapkan.<sup>53</sup> Sebelum pengaruh penerapan nilai-nilai Islam terhadap kepuasan nasabah, maka dilihat terlebih dulu penerapannya di Bank dimana setelah disebarkan kusioner kepada karyawan Bank BTN Syariah KCPS Parepare. Berdasarkan unsure-unsur penerapan meliputi:

##### 1) Adanya program yang dilaksanakan

Pernyataan 1 “Bank BTN Syariah KCPS Parepare melaksanakan programnya dengan menanamkan prinsi/nilai-nilai Islam didalamnya”, dari pernyataan tersebut 2 karyawan sangat setuju dan 5 karyawan setuju”. Pernyataan 2 “Karyawan BTN Syariah giat dalam menjalankan programnya berdasarkan Nilai-nilai Islam”, dari pernyataan tersebut terdapat 2 karyawan sangat setuju dan 5 karyawan setuju.

Pernyataan 3 “Program Bank BTN Syariah dirancang dengan mengedepankan nilai-nilai Islam”, dari pernyataan tersebut terdapat 4 karyawan sangat setuju dan 3

---

<sup>53</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, edisi IV, Cet I, (Jakarta: PT. Gramedia Musatafa Utama, 2008), h. 1448.

karyawan setuju. Pernyataan 4 “Bank BTN Syariah membuat program dengan mempertimbangkan kebutuhan nasabah dengan tujuan penegasan nilai-nilai Islam”, dari pernyataan tersebut terdapat 3 karyawan sangat setuju dan 4 karyawan setuju. Pernyataan 5 “Program yang dibuat oleh Bank BTN Syariah Parepare sudah sesuai dengan Nilai-nilai Islam”

## 2) Adanya kelompok target

Pernyataan 1 “Setiap Transaksi dengan Nilai-nilai Islam diterapkan untuk setiap golongan masyarakat, calon nasabah dan nasabah lama” dari pernyataan tersebut terdapat 4 karyawan sangat setuju dan 3 karyawan setuju. Pernyataan 2 “Pelayanan dilakukan dengan menerapkan nilai Islam didalamnya”, dari pernyataan tersebut terdapat 4 karyawan sangat setuju, 2 karyawan setuju dan 1 karyawan kurang setuju.

Pernyataan 3 “Dalam penerapan nilai Islam kelompok atau target pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare adalah golongan masyarakat menjalankan transaksi halal”, dari pernyataan tersebut terdapat 4 karyawan sangat setuju dan 3 karyawan setuju. Pernyataan 4 “penerapan nilai-nilai Islam ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang akan menerima manfaat dari program yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah Parepare” dari pernyataan tersebut 3 karyawan sangat setuju, 3 karyawan setuju dan 1 karyawan tidak setuju. Pernyataan 5 “Pihak Bank BTN Syariah Parepare KCPS Parepare menerapkan nilai-nilai Islam agar kelompok/ target yang dituju dapat merasakan manfaat dari penerapan tersebut”, dari pernyataan tersebut terdapat 2 karyawan sangat setuju, 4 karyawan setuju dan 1 karyawan kurang setuju.

### 3) Adanya pelaksanaan

Pernyataan 1 “penerapan nilai-nilai Islam telah dipahami oleh setiap karyawan Bank”, dari pernyataan tersebut terdapat 3 karyawan sangat setuju dan 4 karyawan setuju. Pernyataan 2 “Penerapan nilai-nilai Islam di Bank BTN Syariah Parepare dilaksanakan dan dipastikan berjalan dengan semestinya oleh pihak bank”, dari pernyataan tersebut terdapat 2 karyawan sangat setuju dan 5 karyawan setuju.

Pernyataan 3 “Selalu ada evaluasi pada setiap penerapan nilai-nilai Islam yang diterapkan oleh pihak Bank”, dari pernyataan tersebut terdapat 3 karyawan sangat setuju dan 4 karyawan setuju. Pernyataan 4 “Pihak Bank BTN Syariah KCPS Parepare memastikan penerapan nilai-nilai Islam diawasi dengan ketat” dari pernyataan tersebut terdapat 3 karyawan sangat setuju, 3 karyawan setuju dan 1 karyawan kurang setuju. Pernyataan 5 “Dalam penerapannya, pihak Bank BTN Syariah KCPS Parepare memiliki penanggung jawab dalam proses pengelolaannya.”, dari pernyataan tersebut terdapat 3 karyawan sangat setuju dan 4 karyawan setuju.

Hasil uji validitas dari ke lima butir pernyataan pada variabel Penerapan Nilai Islam diperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > 0,196$ , hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Penerapan Nilai Islam diperoleh yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Tabel 4.23

## Rekap Uji Validitas Nilai-nilai Islam

Variabel	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
<b>Penerapan Nilai-nilai Islam</b>			
ITEM 1	0,615	0,196	Valid
ITEM 2	0,524		Valid
ITEM 3	0,469		Valid
ITEM 4	0,443		Valid
ITEM 5	0,464		Valid

Dari hasil *one sampel t -test* diatas diperoleh Nilai t hitung (-329.257) < t tabel (1,666), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bahwa Kepercayaan “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Data yang diharapkan, Seberapa baik Kpercayaan yaitu sebesar 80%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 3 indikator dan 5 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 86%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden ( $5 \times 5 \times 98 = 2450$ ). Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Kepercayaan yaitu total  $X_2$  / nilai skor ideal =  $2074/2450 = 0,84$  atau 84% dengan skor klasifikasi sangat baik.

Pernyataan 1 “akad dalam transaksi keuangan antara Bank BTN Syariah dan nasabah dibuat dengan menerapkan prinsip kebebasan (*al-hurriyah*) yakni tanpa adanya unsure paksaan”, dari pernyataan tersebut terdapat 44 sangat setuju, 51 setuju dan 3 kurang setuju. Pernyataan 2 “Bank BTN Syariah telah memberikan pelayanan yang sama atau setara (*al-musawah*) kepada setiap nasabahnya sehingga transaksi keuangan antara Bank dan nasabah bersifat adil (*al-adl*) yakni menguntungkan kedua

belah pihak”, dari pernyataan tersebut terdapat 21 nasabah sangat setuju, 59 nasabah setuju dan 18 nasabah kurang setuju.

Pernyataan 3 “transaksi antara Bank dan nasabah adalah prinsip kerelaan (*al-ridha*) atau suka sama suka”, dari pernyataan tersebut terdapat 31 nasabah sangat setuju, 43 nasabah setuju dan 24 nasabah kurang setuju. Pernyataan 4 “Bank Syariah telah berlaku jujur (*as-siddiq*) dalam setiap transaksi dengan nasabahnya”, dari pernyataan tersebut terdapat 55 nasabah sangat setuju, 36 nasabah setuju, 7 nasabah kurang setuju.

Pernyataan 5 “akad dalam transaksi keuangan antara Bank BTN Syariah dengan nasabah telah dibuat secara tertulis (*al-kitabah*) guna pembuktian dikemudian hari”, dari pernyataan tersebut terdapat 32 nasabah sangat setuju, 55 setuju dan 11 netral.

Penerapan Nilai-nilai islam merupakan prinsip-prinsip yang menjadi dasar dan tolak ukur kesyariahan dari produk yang dikeluarkan oleh Bank, baik dari segi akad maupun sistemnya. Sesuai dasar pengambilan keputusan dimana, Jika nilai Signifikansi ( $Sig$ ) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel  $X_2$  terhadap variabel Y atau hipotesis diterima. Adapun dari 98 responden, Hasil Pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variable Penerapan Nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, diketahui bahwa  $p\text{-value} < \text{level of significant}$  dimana  $0,035 < 0,05$  ini berarti Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah secara parsial, maka  $H_2$  diterima. Hal ini mengidentifikasi terdapat hubungan yang searah antara Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah.



**c. Variabel yang paling berpengaruh antara Keunggulan Produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN KCPS Parepare.**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>54</sup> Dari pengujian *one sample t test* dapat diketahui kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare sangat baik dapat dilihat dari kusioner yang disebarkan pada 98 nasabah Bank BTN Syariah. Pernyataan 1 “nasabah merasa puas terhadap produk dan penerapan nilai-nilai islam yang diberikan oleh Bank BTN Syariah KCPS Parepare”, dari pernyataan tersebut terdapat 49 nasabah sangat setuju, 41 nasabah setuju dan 8 nasabah kurang setuju. Pernyataan 2 “nasabah merasa puas bertransaksi di Bank BTN S yariah KCPS Parepare”, dari pernyataan tersebut terdapat 38 nasabah sangat setuju, 51 nasabah setuju dan 9 nasabah kurang setuju.

Pernyataan 3 “nasabah bersedia untuk merekomendasikan Bank BTN Syariah KCPS Parepare kepada orang lain”, dari pernyataan tersebut terdapat 39 nasabah sangat setuju, 38 nasabah setuju dan 21 kurang setuju. Pernyataan 4 “nasabah merasa Bank BTN Syariah KCPS Parepare sudah memenuhi harapan”, dari pernyataan tersebut terdapat 29 nasabah sangat setuju, 54 setuju dan 15 kurang setuju.

Pernyataan 5 “nasabah merasa tidak puas bertransaksi di Bank BTN Syariah KCPS Parepare”, dari pernyataan tersebut terdapat 38 nasabah sangat tidak setuju, 42 nasabah tidak setuju, 13 nasabah kurang setuju, dan 5 nasabah setuju.

---

<sup>54</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997)., h. 36.

Jika dilihat dari pengaruh, yang dominan berpengaruh antara keunggulan produk ( $X_1$ ) dan penerapan nilai-nilai islam dapat dilihat berdasarkan regresi linear berganda, sebagai berikut:

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

$$Y = 7,440 + 0,294X_1 + 0,249X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Keunggulan Produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Hasil perhitungan regresi linear berganda,  $Y = 7,440 + 0,294X_1 + 0,249X_2$ , dimana nilai koefisien Keunggulan Produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) sebesar 0,294 dibandingkan dengan variabel Penerapan nilai Islam yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,249. Karena  $X_1$  ( $\beta_1 =$  Keunggulan Produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah))  $> X_2$  ( $\beta_2 =$  Penerapan Nilai Islam) dimana  $0,294 > 0,249$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah variabel Keunggulan Produk KPR (Kredit Kepemilikan Rumah).

Keterangan diatas bahwa variabel Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, dan variabel Penerapan Nilai-nilai Islam berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah dan variabel Keunggulan Produk yang paling dominan berpengaruh secara simultan kepuasan Nasabah.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

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

1. Dari hasil perhitungan regresi linear, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Keunggulan Produk yakni variabel  $X_1$  berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel  $Y$  dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ . Hal ini membuktikan Keunggulan Produk yang ditawarkan pada salah satu produknya yakni KPR (Kredit Pemilikan Rumah) menjadikannya banyak diminati di Bank BTN KCPS Parepare dapat menciptakan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik keunggulan produk yang ditawarkan dan dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap bank tersebut.
2. Berdasarkan perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan Penerapan nilai-nilai islam (variabel  $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (variabel  $Y$ ) dengan nilai signifikan  $0,035 < 0,05$ . Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan nilai-nilai islam dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Variabel Keunggulan Produk ( $X_1$ ) merupakan yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,294 dibanding Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) yang hanya sebesar 0,249.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran untuk Bank dan bagi peneliti selanjutnya yang membahas judul yang sama. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menurut hasil uji pembahasan di atas, maka peneliti menyarankan kepada pihak Bank agar lebih meningkatkan lagi Penerapan Nilai-Nilai Islamnya sebagai bentuk realisasi dari gelar Syariah yang disematkan pada Namanya yaitu Bank BTN Syariah KCPS Parepare. Serta mempertahankan dan lebih berupaya meningkatkan Kunggulan Produknya sebagai daya Tarik untuk terus dapat bersaing dengan Bank lain. Hal ini juga akan menjadi alasan meningkatnya Kepuasan Nasabah di Bank tersebut.
2. Kepada pihak Bank BTN Syariah KCPS Parepare agar lebih memperhatikan lagi Penerapan Nilai-Nilai Islam agar para nasabah yakin dan percaya dengan kesyariahan dari Bank sehingga nasabah merasa percaya dan nyaman bertransaksi di Bank tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Quran dan Al-Karim*

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007

Adzan Noor Bakri, Umi Masruroh. *Journal Of Islamic Management And Bussine*  
“Penerapan Nilai-nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah”, Vol. I, No.I, (2018).

Ahmad ihfam solih. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.

Andi Hastono. *Nilai-nilai Islam Pada Budaya Bank Syariah Mandiri Pusat Sarjana Sosial Islam, Manajemen Dakwah Syarif Hidayatullah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.

A.Qadri Azizy. *Membangun Fondasi Ekonomi Umat: Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam*, cet. I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Binti Nur Asisyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia, 2015.

Bagya Agung. *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012.

BTN Syariah, “KPR BTN Bersubsidi iB,” <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/Pembiayaan/Pembiayaan-Perumahan/KPR-BTN-Bersubsidi-iB> (Diakses 23 Januari 2021).

Cybercloning. “Pengaruh Kualitas Pelayanan” <http://cybercloning.blogspot.com/2011/04/engaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html> diakses pada 14 Januari 2020.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2008.

Danang Sunyoto. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2012.

Dedylondong, “Kepuasan Pelanggan Customer”, dalam <http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html> tanggal 4 April 2021 pukul 19.00.

Faturrahman Djamil (et, al). *Hukum Perjanjian Syariah*, 2005.

- Farida Jafar. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Guffron Abdul Aziz, “Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan *Murabahah, Rahn*, Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (PT. BPR Syariah Lantabur Tebuereng Kantor Cabang Gresik)”, (Skripsi Sarjana Fakultas Syariah: Mojokerto).
- Handi Irawan. *Prinsip Kepuasan Nasabah*. Jakarta: PT. Elek Media Komposindo, 2002.
- Henard, D.H. dan Szymanski, *Journal Of Marketing Reserch*, dalam D.M. Vol. XXXVIII August, (2001).
- Heykal Muhammad. “Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah Di Bank Indonesia” Istilah: *Jurnal Business Review* 5.2, 2014.
- <http://www.rumahmurahbekasi.com/2014/06/pembedaan-rumah-subsidi-dan-non-subsidi.html>. Diakses pada tanggal 09 februari 2021.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat, <https://kbbi.web.id/nilai.html>. Diakses pada 10 Februari 2021.
- Lovelock Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Lupiyoadi Rambat. “*Manajemen Pemasaran Jasa*”. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- M Hikmat Mahi. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*. Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2014.
- Antonio M. Syafe’i. *Bank Islam: Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- M. Mursin. *Sistem Nilai dan Pandangan Hidup Serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Wardah, 2004.
- Munawaroh, “Penerapan Nilai-nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)”, (Tesis Pascajarna Ekonomi Islam: Medan).
- Muchdarsyah Sinungan. *Strategi Mabajemen Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Nila Nadhiro, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu

Tulungagung”, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Tulungagung).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Statistik Perbankan*, di akses tanggal 12 Januari 2021. Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) huruf a dan Pasal 25 huruf a Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Publikasi.dinus.ac.id > articlePDF Hasil Web *Norma dan Nilai Ilmu Ekonomi Islam*.

Rambat Lupiodi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.

Rizki Ananda, “Pegawai BUMN” pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare

Sofiyon Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Ed 1, Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2015.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. 1. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.

Solihin Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia, 2010.

Sugiono. *Metodologi Penelitian Administras*. Bandung: Alfabeta, 2006.

Septiana Dwi Exmawati, “Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung”, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Tulungagung).

Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.

Tim penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Edisi Refisi)*, Parepare: IAIN Parepare, 2020.

Thariq Ashraf, “*Sharia-complaint Investin: Concept abd Opportunities*”, <http://www.csri.orgnz/document/tashraf> , diakses tanggal 10 Januari 2021.

Tjiptono, Fandy. *Starategi Pemasaran*, ed. 3. Yogyakarta: ANDI, 2003.

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dalam [http://hukum.unsrat.ac.id /UU/ UU/10/98.htm](http://hukum.unsrat.ac.id/ UU/ UU/10/98.htm), diakses 09 Januari 2021.

[www.btn.co.id](http://www.btn.co.id) Diakses pada tanggal 26 Januari 2021.



# LAMPIRAN-LAMPIRAN





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

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

Nomor : 717/ln.39.8/PP.00.9/2/2021  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR AINA  
Tempat/ Tgl. Lahir : PINRANG, 25 JULI 1998  
NIM : 16.2300.010  
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Semester : XI (Sebelas)  
Alamat : DUSUN PAKORO, DESA MASSEWAE, KECAMATAN  
DUAMPANUA, KABUPATEN PINRANG

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

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PAREPARE)**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Februari sampai selesai.

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

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

18 Februari 2021

Dekan,



*emil*

Hamdani Muhammad Kamal Zubair



SRN IP0000146

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23394 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 148/IP/DPM-PTSP/3/2021**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA : **NUR AINA**  
 NAMA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **PERBANKAN SYARIAH / EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jurusan :  
 ALAMAT : **DUSUN PAKORO DESA MASSEWAE KEC. DUAMPANUA KAB. PINRANG**  
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH KCPS PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **01 Maret 2021 s.d 20 Maret 2021**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **02 Maret 2021**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**



**Hj. ANDI RUSIA, SH.MH**  
 Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)  
 NIP : 19620915 198101 2 001

**Biaya : Rp. 0.00**

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSRE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTSP Kota Parepare (scan QRCode)






**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang Bertandatangan di bawah ini Sub Branch Head BTN Syariah KCPS Parepare, menerangkan bahwa :

Nama : NUR AINA  
Universitas : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH/ EKONOMI & BISNIS ISLAM  
Judul skripsi : PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PAREPARE)

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Bank BTN Syariah KCPS Parepare pada tanggal 01 Maret 2021 s.d tanggal 20 Maret 2021

Surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 28 Juli 2021



Firdaus Baharuddin  
Sub Branch Head



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN  
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : NUR AINA  
NIM : 16.2300.010  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI : PERBANKAN SYARIAH  
JUDUL :PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN  
PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BANK  
TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG  
PEMBANTU SYARIAH PAREPARE)

**KUSIONER PENELITIAN**

Kepada Yth  
Bapak/Ibu/Saudara/i  
Di Tempat  
*Assalamualaikum Wr.Wb*

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah ( skripsi )  
pada Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama  
Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare maka saya,

Nama : Nur Aina  
NIM : 16.2300.010  
Judul : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam  
Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Tabungan Negara  
Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare)

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya,



Nur Aina

## I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
4. Umur :  16-25 tahun  
 26-35 tahun  
 36-45 tahun  
 > 45 tahun
5. Pendidikan Terakhir :  SMA/SMK  
 DIPLOMA  
 S1/S2
6. Pekerjaan :  PNS/Guru/Polri  
 Karyawan Swasta  
 Wiraswasta  
 TNI/AD

## II. Item Pernyataan

Berilah tanda centang (√) pada pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare sesuai dengan pilihan pada kolom berikut:

Keterangan:

- 1) Sangat Setuju (SS)
- 2) Setuju (S)
- 3) Kurang Setuju (KS)
- 4) Tidak Setuju (TS)
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Variabel Keunggulan Produk	SS	S	KS	TS	STS
1.	Proses pemberian pembiayaan KPR di Bank BTN KCPS Parepare sangat mudah dan cepat.					
2.	Produk KPR pada Bank BTN KCPS Parepare menyediakan segmentasi atau pilihan perumahan yang beragam dibandingkan Bank lain.					
3.	Produk KPR di BTN Syariah KCPS parepare sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
4.	Bank BTN Syariah menyediakan distribusi kuota terbanyak untuk nasabah yang membutuhkan pembiayaan KPR.					
5.	Perumahan-perumahan yang diajak bekerja sama terjamin keamanan dan kualitas dari segi lokasi maupun bangunannya.					

No.	Variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam	SS	S	KS	TS	STS
1.	Akad dalam transaksi keuangan antara Bank Syariah dan nasabah dibuat dengan menerapkan prinsip kebebasan ( <i>Al-Hurriyah</i> ) yakni tanpa adanya unsure paksaan.					
2.	Bank Syariah telah memberikan pelayanan yang sama atau setara ( <i>al-musawah</i> ) kepada setiap nasabahnya sehingga transaksi keuangan antara Bank dan nasabah bersifat adil ( <i>al-adl</i> ) yakni menguntungkan kedua belah pihak.					
3.	Transaksi antara Bank dan Nasabah adalah berdasarkan prinsip kerelaan ( <i>al-ridha</i> ) atau suka sama suka.					
4.	Bank Syariah telah berlaku jujur ( <i>as-siddiq</i> ) dalam setiap transaksi dengan nasabahnya.					
5.	Akad dalam transaksi keuangan antara Bank BTN Syariah dan Nasabah telah dibuat secara tertulis ( <i>al-kitabah</i> ) guna pembuktian dikemudian hari.					

No.	Variabel Kepuasan Nasabah	SS	S	KS	TS	STS
1.	Nasabah merasa puas terhadap Produk dan penerapan nilai islam yang diberikan oleh Bank BTN Syariah KCPS Parepare.					
2.	Nasabah merasa puas bertransaksi di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.					
3.	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan Bank BTN Syariah KCPS Parepare kepada orang lain					
4.	Nasabah merasa Bank BTN Syariah KCPS Parepare sudah memenuhi harapan.					
5.	Nasabah merasa aman dan nyaman bertransaksi di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.					

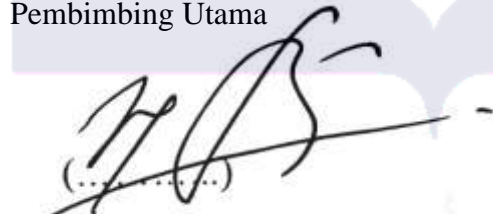
Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memahami kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 17 Februari 2021


Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



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



(Dr. Damirah, S.E., M.M.)  
NIP.19760604 200604 2 001



## SAMPEL NASABAH

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Usia	Pekerjaan
1	Eka Rosayu	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
2	Nur Intan	Wanita	SMA/SMK	16– 25	Karyawan Swasta
3	Ahmad Abdullah	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
4	Nasriah	Wanita	SMP	36 – 45	Karyawan Swasta
5	Herman	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
6	Dedi Sanjani	Pria	SMA/SMK	26 – 35	TNI/AD
7	Natalia	Wanita	S1/S2	26 – 35	PNS
8	Abdul Malik	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
9	Rahmat Saleh	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
10	Lukman	Pria	SMA/SMK	36 – 45	TNI/AD
11	Rosmiati	Wanita	S1/S2	26 – 35	PNS
12	Jusman R.	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
13	Yusril	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
14	Rahmayanti	Wanita	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
15	Nurhidayat	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
16	Nuraeni	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
17	Dewi Putri	Wanita	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
18	Hendra Saputra	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
19	Ilyas	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
20	Abdul Malik	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
21	Eni Qardiyani. A	Wanita	S1/S2	16 – 25	Karyawan Swasta
22	Enita	Wanita	SMA/SMK	16 – 25	Karyawan Swasta
23	Sukri	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
24	Eko Lora	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
25	SaribulanBerjuang	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
26	Ahmad	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
27	Ismail	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
28	Suriani	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karywan Swasta
29	Vendy Arfandi	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
30	Irwan	Pria	SMA/SMK	16 – 25	Polri
31	Rizal K.	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Polri
32	Murdani	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
33	Khadijah	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
34	Andi Oddang	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
35	Hasanuddin	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta

36	M. Nursam	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
37	Anwar Hasan	Pria	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
38	Imran	Pria	SMA/SMK	36 – 45	TNI/AD
39	Aisyah	Wanita	S1/S2	26 – 35	PNS
40	Fiqam	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
41	Akbar Rahman	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
42	Hikma	Wanita	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
43	Ardiansyah	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
44	Rina Saleng	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
45	Sukmawati	Wanita	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
46	Ilham Basri	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
47	Trisno	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
48	Supriadi	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
49	Citra Dewi	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
50	AnitaDwi.R	Wanita	SMA/SMK	16– 25	Karyawan Swasta
51	Firmansyah	Pria	SMASMK	26 – 35	Wiraswasta
52	Nur Aqilah	Wanita	SMP	36 – 45	Karyawan Swasta
53	Wahyu	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
54	Saharuddin	Pria	SMA/SMK	26 – 35	TNI/AD
55	Harlina Asbar	Wanita	S1/S2	26 – 35	PNS
56	Anugrah	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
57	Fitri Handayani	Wanita	S1/S2	16 – 25	Karyawan Swasta
58	Hasma Wati	Wanita	SMA/SMK	16 – 25	Karyawan Swasta
59	Abu Bakar	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
60	Ibrahim	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
61	Darmiyati	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
62	Rafiuddin	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
63	Muh. Kausar	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
64	Nabila	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karywan Swasta
65	Andry	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
66	Sutaji	Pria	SMA/SMK	16 – 25	Polri
67	Mujahidin	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Polri
68	Ruhati	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
69	Risna Erawati	Wanita	SMA/SMK	26 - 35	Wiraswasta
70	Alibaba	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
71	Ihsan	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
72	Sizaman Waris	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
73	Adly Zulfadli. A	Pria	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
74	Kaharuddin	Pria	SMASMK	26 – 35	Wiraswasta
75	Irna Lion	Wanita	SMP	36 – 45	Karyawan Swasta
76	Rean Hidayat	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta

77	Abdul Rahman	Pria	SMA/SMK	26 – 35	TNI/AD
78	Yuliana	Wanita	S1/S2	26 – 35	PNS
79	Latif	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
80	Muh.Ardiansyah	Pria	SMA/SMK	16 – 25	Polri
81	Arisandy	Pria	SMA/SMK	26 – 35	Polri
81	Hamsinar	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Karyawan Swasta
82	Mutmainnah	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
83	Rafly Ramadhan	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
84	Riswan	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
85	Asrul	Pria	SMASMK	26 – 35	Wiraswasta
86	Hardiyanti Tahir	Wanita	SMP	36 – 45	Karyawan Swasta
87	Jafar	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
88	Husnul Khatimah	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
89	Bilal	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
90	Acis Iskandar	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
91	Muh. Nur	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
92	Darwis	Pria	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
93	Nila Susanti	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta
94	Abd. Gapur	Pria	S1/S2	26 – 35	Karyawan Swasta
95	Hamid	Pria	SMA/SMK	36 – 45	Karyawan Swasta
96	Andi Agus	Pria	S1/S2	26 – 35	PNS
97	Triandi	Pria	Diploma	26 – 35	Karyawan Swasta
98	Niswa Amira Ilham	Wanita	SMA/SMK	26 – 35	Wiraswasta



**Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Produk (X1)**

Responden	Keunggulan Produk (X1)					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	5	21
2	4	4	3	4	4	19
3	5	3	4	3	5	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	5	4	5	5	5	24
7	4	3	3	5	3	18
8	4	4	4	4	5	21
9	4	4	3	4	5	20
10	4	5	4	5	4	22
11	5	3	4	4	5	21
12	4	5	5	4	4	22
13	4	4	5	5	2	20
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	4	5	23
17	4	4	5	4	5	22
18	4	3	3	5	3	18
19	3	4	4	5	4	20
20	4	4	5	3	3	19
21	5	4	5	4	5	23
22	4	5	5	4	3	21
23	4	5	4	3	4	20
24	5	5	4	4	5	23
25	5	4	5	5	4	23
26	3	4	4	3	4	18
27	5	4	4	3	4	20
28	5	5	4	4	5	23
29	4	4	5	3	4	20
30	5	4	4	5	4	22

31	5	5	5	4	4	23
32	5	5	5	5	4	24
33	4	4	3	4	5	20
34	4	4	5	4	5	22
35	4	3	4	4	3	18
36	5	4	3	5	4	21
37	4	5	4	4	5	22
38	4	3	4	5	5	21
39	3	4	4	5	4	20
40	4	4	5	3	3	19
41	4	4	5	4	5	22
42	4	3	3	3	5	18
43	4	5	3	4	4	20
44	5	3	4	3	5	20
45	3	4	4	4	4	19
46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	5	4	22
48	4	5	5	4	4	22
49	5	5	5	5	4	24
50	4	4	3	4	5	20
51	5	5	3	4	5	22
52	4	5	5	4	4	22
53	5	4	4	5	5	23
54	4	4	5	5	4	22
55	5	5	5	5	5	25
56	4	5	5	4	3	21
57	4	5	4	3	4	20
58	5	4	4	4	5	22
59	5	4	5	5	4	23
60	3	4	4	3	4	18
61	5	4	4	3	4	20
62	4	5	3	4	5	21
63	4	4	5	3	4	20

64	5	4	4	5	4	22
65	5	5	5	4	4	23
66	3	5	5	5	4	22
67	4	4	3	4	5	20
68	4	4	5	4	5	22
69	5	3	4	4	3	19
70	5	4	3	5	4	21
71	4	5	4	4	5	22
72	4	5	4	4	5	22
73	4	5	5	4	4	22
74	5	4	4	5	5	23
75	4	4	5	5	4	22
76	4	5	5	5	5	24
77	5	3	5	3	5	21
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	5	5	5	25
81	3	4	3	5	3	18
82	5	4	5	4	5	23
83	4	5	4	5	4	22
84	5	5	4	4	5	23
85	4	5	5	4	4	22
86	5	4	4	5	5	23
87	4	4	5	5	4	22
88	4	5	5	5	5	24
89	3	4	4	4	3	18
90	4	4	5	4	5	22
91	4	5	4	5	5	23
92	4	4	4	5	4	21
93	4	4	5	3	3	19
94	4	4	5	3	4	20
95	3	4	4	5	4	20
96	4	4	4	4	4	20

97	4	3	3	5	4	19
98	4	3	3	4	5	19
Total						2074
Mean						21,46

### Jawaban Responden Terhadap Penerapan Nilai Islam (X2)

Responden	Penerapan Nilai Islam (X2)					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	4	4	19
2	4	4	3	4	4	19
3	4	3	4	3	5	19
4	4	4	3	5	4	20
5	4	4	4	4	5	21
6	5	4	5	5	4	23
7	4	3	4	5	3	19
8	5	4	4	5	4	22
9	4	5	3	4	5	21
10	4	4	3	5	4	20
11	4	4	5	5	4	22
12	5	4	5	5	4	23
13	5	3	4	4	5	21
14	5	4	5	5	4	23
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	5	4	4	21
17	4	3	4	4	3	18
18	5	4	4	5	5	23
19	4	4	4	5	4	21
20	5	4	4	5	4	22
21	5	3	5	4	4	21
22	5	4	4	5	5	23
23	4	5	5	4	4	22
24	5	4	3	5	4	21
25	5	5	5	5	5	25

26	4	4	5	3	5	21
27	4	5	4	4	3	20
28	5	4	4	5	4	22
29	4	4	3	4	5	20
30	5	4	3	5	5	22
31	4	3	4	5	5	21
32	5	5	5	5	5	25
33	3	4	4	4	3	18
34	5	3	4	5	4	21
35	4	4	4	5	5	22
36	4	4	5	4	3	20
37	4	3	4	5	4	20
38	3	3	4	5	3	18
39	5	4	4	5	4	22
40	4	3	3	4	5	19
41	4	4	3	5	4	20
42	4	4	5	5	4	22
43	5	4	5	5	4	23
44	5	4	4	4	5	22
45	4	4	5	5	4	22
46	5	5	4	4	4	22
47	4	4	5	4	4	21
48	5	4	3	5	4	21
49	4	5	5	4	4	22
50	4	4	5	3	5	21
51	4	3	4	4	3	18
52	5	4	4	5	4	22
53	5	5	3	4	5	22
54	5	4	3	3	5	20
55	4	5	4	5	5	23
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	3	5	4	20
58	3	3	5	5	4	20



59	5	4	5	5	4	23
60	5	4	4	4	5	22
61	4	4	3	5	4	20
62	5	5	4	4	4	22
63	4	4	3	4	4	19
64	4	4	4	4	3	19
65	5	4	4	5	5	23
66	4	4	3	5	4	20
67	5	5	4	5	4	23
68	5	3	5	4	4	21
69	5	5	3	4	5	22
70	5	4	3	3	5	20
71	4	5	4	5	5	23
72	5	4	5	5	5	24
73	4	4	3	5	4	20
74	4	4	5	5	4	22
75	5	4	5	5	4	23
76	5	3	4	4	5	21
77	5	4	3	5	4	21
78	4	5	5	4	4	22
79	4	4	4	3	5	20
80	4	3	4	4	3	18
81	4	4	4	5	4	21
82	5	5	3	4	4	21
83	4	4	3	3	5	19
84	4	5	4	5	5	23
85	5	5	5	5	5	25
86	5	4	4	5	4	22
87	4	5	3	4	4	20
88	4	4	3	5	4	20
89	4	4	5	5	4	22
90	5	4	5	5	4	23
91	5	3	4	4	5	21

92	4	4	5	5	4	22
93	5	5	4	4	4	22
94	4	4	5	4	4	21
95	4	5	4	4	3	20
96	5	4	4	5	4	22
97	4	3	5	5	3	20
98	5	4	4	5	4	22
Total						2080
Mean						22,1



**Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Responden	Kepuasan Nasabah (Y)					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	1	17
2	4	4	3	4	1	16
3	5	4	3	4	2	18
4	4	5	5	4	1	19
5	4	5	4	3	1	17
6	4	4	5	5	2	20
7	4	5	3	4	3	19
8	5	4	4	4	3	20
9	5	5	5	5	2	22
10	3	4	3	4	1	15
11	5	5	4	4	1	19
12	5	5	5	4	2	21
13	4	4	4	5	1	18
14	4	4	5	5	2	20
15	5	5	5	5	3	23
16	5	4	5	4	1	19
17	4	4	5	4	1	18
18	4	3	4	5	2	18
19	3	4	4	5	4	20
20	4	4	5	3	3	19
21	5	4	5	4	4	22
22	4	5	5	4	3	21
23	4	5	3	3	3	18
24	5	4	4	4	4	21
25	5	4	5	5	2	21
26	3	4	4	3	1	15
27	5	4	4	3	2	18
28	5	5	4	4	3	21
29	4	4	3	3	2	16
30	5	4	4	5	2	20
31	5	5	4	4	1	19

32	5	5	5	5	2	22
33	4	4	3	4	1	16
34	5	4	5	4	2	20
35	5	5	4	3	4	21
36	4	3	3	4	4	18
37	4	3	3	4	3	17
38	5	4	4	4	2	19
39	5	4	5	5	1	20
40	5	5	4	4	1	19
41	5	5	4	4	2	20
42	4	4	3	4	1	16
43	5	4	3	4	1	17
44	4	5	5	4	2	20
45	3	4	4	3	3	17
46	5	5	5	5	1	21
47	3	4	3	4	1	15
48	5	5	4	4	1	19
49	5	5	5	4	1	20
50	4	4	4	5	2	19
51	4	4	5	5	2	20
52	5	5	5	5	2	22
53	5	4	5	4	1	19
54	4	4	5	4	2	19
55	4	3	4	5	2	18
56	3	4	4	5	1	17
57	4	4	5	3	1	17
58	4	5	3	4	2	18
59	5	4	4	4	1	18
60	5	5	5	5	1	21
61	5	5	4	4	2	20
62	5	5	5	5	2	22
63	4	4	3	4	1	16
64	5	4	5	4	2	20

65	5	5	4	3	3	20
66	4	3	3	4	2	16
67	4	3	3	4	2	16
68	5	4	5	5	2	21
69	3	4	4	3	1	15
70	5	4	4	3	2	18
71	5	5	4	4	1	19
72	4	4	3	3	2	16
73	5	4	4	5	1	19
74	4	5	5	4	2	20
75	4	5	4	3	3	19
76	4	4	5	5	2	20
77	4	5	3	4	2	18
78	5	4	4	4	2	19
79	5	5	5	5	2	22
80	3	4	3	4	1	15
81	5	5	4	4	1	19
82	5	5	5	4	2	21
83	4	4	4	5	1	18
84	4	4	5	5	2	20
85	5	5	5	5	1	21
86	5	4	5	4	2	20
87	4	4	5	4	2	19
88	4	3	4	5	3	19
89	4	5	3	4	1	17
90	5	4	4	4	1	18
91	5	5	5	5	3	23
92	5	5	4	4	2	20
93	5	5	5	5	2	22
94	4	4	3	4	1	16
95	5	4	5	4	2	20
96	5	5	4	3	1	18
97	4	3	4	4	2	17

98	4	3	5	4	1	17
Total						1851
Mean						21,28



**TABEL HASIL STATISTIK**  
**Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X<sub>1</sub>)**

<b>Correlations</b>							
		Item _1	Item_ 2	Item _3	Item_ 4	Item _5	Skor_Total
Item _1	Pearson Correlation	1	.009	.120	.075	.323*	.559**
	Sig.(2-tailed)		.928	.238	.466	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _2	Pearson Correlation	.009	1	.301**	.118	.087	.571**
	Sig.(2-tailed)	.928		.003	.247	.394	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _3	Pearson Correlation	.120	.301*	1	-.018	-.074	.523**
	Sig.(2-tailed)	.238	.003		.858	.469	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _4	Pearson Correlation	.075	.118	-.018	1	-.011	.457**
	Sig.(2-tailed)	.466	.247	.858		.917	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Item _5	Pearson Correlation	.323**	.087	-.074	-.011	1	.508**
	Sig.(2-tailed)	.001	.394	.469	.917		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Skor _Tot al	Pearson Correlation	.559**	.571*	.523**	.457*	.508*	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS V2

### Hasil Uji Validasi Penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>)

Correlations							
		Item _1	Item _2	Item _3	Item _4	Item _5	Skor_ Total
Ite m_ 1	Pearson Correlation	1	.169	.027	.145	.331*	.615**
	Sig. (2-tailed)		.097	.795	.154	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 2	Pearson Correlation	.169	1	-.026	.014	.190	.524**
	Sig. (2-tailed)	.097		.797	.893	.061	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 3	Pearson Correlation	.027	-.026	1	.122	-.120	.469**
	Sig. (2-tailed)	.795	.797		.233	.239	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 4	Pearson Correlation	.145	.014	.122	1	-.163	.443**
	Sig. (2-tailed)	.154	.893	.233		.108	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 5	Pearson Correlation	.331*	.190	-.120	-.163	1	.464**
	Sig. (2-tailed)	.001	.061	.239	.108		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Sk or_ Tot al	Pearson Correlation	.615*	.524*	.469*	.443*	.464*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber : data diolah menggunakan SPSS



### Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations							
		Item _1	Item _2	Item _3	Item _4	Item _5	Skor_ Total
Ite m_ 1	Pearson Correlation	1	.380*	.368*	.150	.043	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.140	.671	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 2	Pearson Correlation	.380*	1	.229*	-.053	-.050	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.602	.626	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 3	Pearson Correlation	.368*	.229*	1	.357*	.044	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024		.000	.666	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 4	Pearson Correlation	.150	-.053	.357*	1	-.053	.483**
	Sig. (2-tailed)	.140	.602	.000		.603	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Ite m_ 5	Pearson Correlation	.043	-.050	.044	-.053	1	.426**
	Sig. (2-tailed)	.671	.626	.666	.603		.000
	N	98	98	98	98	98	98
Sk or_ Tot al	Pearson Correlation	.660*	.494*	.721*	.483*	.426*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS V20

**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
<b>Keunggulan Produk</b>			
X <sub>1</sub>	<i>r</i> hitung > 0,196		Valid
<b>Penerapan Nilai Islam</b>			
X <sub>2</sub>	<i>r</i> hitung > 0,196		Valid
<b>Kepuasan Nasabah</b>			
Y	<i>r</i> hitung > 0,196		Valid

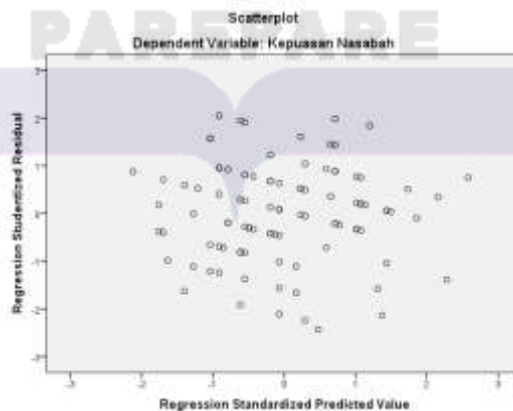
**Hasil Uji Reliabilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.455	3

**Gambar 4.1**

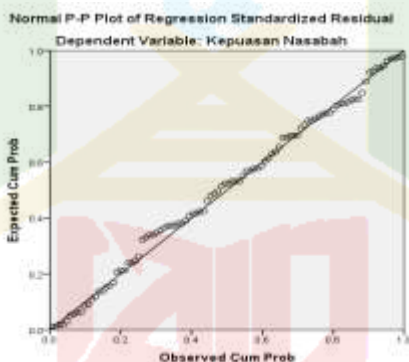
**Uji Heteroskedastisitas**



### Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.440	3.147		2.364	.020		
1 Keunggulan Produk	.292	.107	.265	2.742	.007	.987	1.014
Penerapan Nilai Islam	.249	.116	.207	2.141	.035	.987	1.014

**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas**



**Hasil One Sample Statistics Variabel Keunggulan Produk**

**One-Sample Test**

	Test Value = 75					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Keunggulan Produk	-301.355	97	.000	-53.837	-54.19	-53.48

**Hasil One Sample Statistics Variabel Penerapan Nilai Islam**

**One-Sample Test**

	Test Value = 80					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Penerapan Nilai Islam	-329.257	97	.000	-53.827	-54.15	-53.50

**Hasil One Sample Statistics Variabel Kepuasan Nasabah**

**One-Sample Test**

	Test Value = 80					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Kepuasan Nasabah	-259.380	97	.000	-51.102	-51.49	-50.71

**Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.440	3.147		2.364	.020
Keunggulan Produk	.292	.107	.265	2.742	.007
Penerapan Nilai Islam	.249	.116	.207	2.141	.035

**Uji Simultan f  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	46.350	2	23.175	6.824	.002 <sup>b</sup>
1 Residual	322.630	95	3.396		
Total	368.980	97			

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.354 <sup>a</sup>	.126	.107	1.843

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	B	T	Sig
(Constant)	7.440	2.364	.020
Keunggulan Produk	.292	2.742	.007
Penerapan Nilai Islam	.249	2.141	.035

**Hasil Korelasi Secara Parsial**

*Correlations*

		Keunggulan Produk	Penerapan Nilai Islam	Kepuasan Nasabah
Keunggulan Produk	Pearson Correlation	1	.116	.289**
	Sig. (2-tailed)		.255	.004
	N	98	98	98
Penerapan Nilai Islam	Pearson Correlation	.116	1	.238*
	Sig. (2-tailed)	.255		.019
	N	98	98	98
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.289**	.238*	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.019	
	N	98	98	98

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

**Hasil Korelasi secara simultan**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.354 <sup>a</sup>	.126	.107	1.843	.126	6.824	2	95	.002

## DOKUMENTASI



**Catatan: Observasi awal, peninjauan dilapangan dan pengumpulan data mengenai keunggulan produk yang dimiliki Bank BTN KCPS Parepare serta Penerapan nilai-nilai islamnya melalui pegawainya.**

**Pembagian kuesioner kepada nasabah Bank BTN KCPS Parepare.**  
**pembagiap**





No.	Cap waktu	Nama Karyawan	Alamat	Pendidikan Terakhir	Posisi
1	2021/07/16 3:19:47 PM GMT+7	Shi Fatimah Ml	Makassar	S1 Teller	
2	2021/07/19 8:48:27 AM GMT+7	Rizki Ananda	Parepare	S1 Financing service	
3	2021/07/30 8:28:01 AM GMT+7	Alif Iqbal	Parepare	S1 Operation staff	
4	2021/07/30 9:29:04 AM GMT+7	Agung kurniawan	Suppe	S1 Marketing	
5	2021/07/30 11:26:01 AM GMT+7	Adny	Parepare	S1 Loan data entry	
6	2021/07/30 11:51:25 AM GMT+7	Shi Rahmudwil	Parepare	S1 Customer service	
7	2021/07/30 11:55:37 AM GMT+7	Fidius	Parepare	S1 Sub branch head	

Bank BTN Syariah KCPS Parepare melaksanakan programnya dengan menanamkan prinsip atau nilai-nilai Islam didalamnya

Karyawan BTN Syariah giat dalam menjalankan programnya berdasarkan kebenaran dan kejujuran

Program Bank BTN Syariah dirancang dengan mengedepankan nilai-nilai Islam

Bank BTN Syariah membuat program dengan mempertimbangkan kebebasan membuat perjanjian atau kontrak sesuai kebutuhan nasabah

Program yang dibuat oleh Bank BTN Syariah Parepare sudah sesuai dengan Nilai-nilai Islam

Setiap Transaksi dengan Nilai-nilai Islam diterapkan untuk setiap golongan masyarakat, calon nasabah dan nasabah lama

Pelayanan dilakukan dengan menerapkan nilai Islam didalamnya sehingga tidak ada unsur paksaan, tekanan ataupun penipuan didalamnya

Dalam penerapan nilai Islam kelompok atau target pada Bank BTN Syariah KCPS Parepare adalah golongan masyarakat menjalankan transaksi halal

penerappan nilai-nilai Islam ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah



## BIODATA PENULIS



Nur Aina atau biasa dipanggil Aina lahir pada tanggal 25 Juli 1998, di Kab. Pinrang. Anak pertama dari 2 bersaudara, anak dari Udin (Ayah) dan Sukira (Ibu). Pernah sekolah di SD 262 Duampanua dan lulus pada tahun 2010. Mts DDI Kalupang dan lulus tahun 2013. Kemudian melanjutkan sekolah di MAN 1 Pinrang Jurusan IPA (Ilmu Pengetahuan Alam) dan lulus di tahun 2016.

Kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2016, melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah dan menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BTN Syariah KCPS Parepare)”.