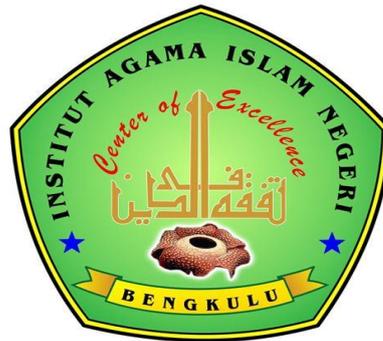


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN
WADIAH PASAR PADA PT. BPRS SAFIR KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

OLEH :

**IHWAN ARIFIN
NIM. 1416142225**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2018 M / 1440 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IhwanArifin

NIM : 1416142225

Prodi : PerbankanSyariah

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Bengkulu Kota Bengkulu.

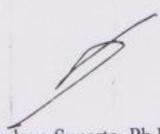
Dengan ini dinyatakan bahwa, telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker>, skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk penggunaan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjau ulang kembali.

Bengkulu, 12 November 2018

Mengetahui tim verifikasi

Yang membuat pernyataan


Andang Sunarto, Ph.D
NIP 197611242006041002


Ihwan Arifin
NIM 1416142225

SURAT PERNYATAAN

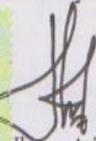
Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT.BPRS SAFIR Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 26 November 2018 M
18 Rabi'ul-Awwal 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan




Ikhwan Arifin
NIM. 1416142225

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh **Ihwan Arifin**, NIM 1416142225 dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT.BPRS SAFIR Kota Bengkulu”;

Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 31 Oktober 2018 M
Safar 1440 H

Tim Pembimbing

Pembimbing I Pembimbing II

Andang Sunarto, Ph.D
NIP 197611242006041002

Rini Elvira, SE, M.Si
NIP 197708152011012007

MOTTO

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمْ النَّاسِ خَيْرُ

Sebaik Baik Manusia Adalah Yang Paling Bermanfaat Bagi

Orang Lain.

Kemauan Untuk Berhasil Harus Lebih Besar Dari Ketakutan

Untuk Gagal

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ✚ *Mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT tuhan semesta alam atas segala kesempatan, keridhoan, dan kenikmatan yang elah diberikan.*
- ✚ *Kepada kedua orang tua ku, Bapak(Nasrun Siagian) dan Ibu (Tiapsah Harahap) yang senantiasa mendidik, membesarkan dan merawat serta memberikan kekutan dan dukungan.*
- ✚ *Saudara-Saudariku tersayang Ayuk (Chyntia Angelina, Lucky Oktaviani) Abang (Almen Siagian) dan Adikku (Abi Riski Andi)*
- ✚ *Keluarga Besarku yang telah member semangat, doa dan nasihat - nasihat yang sangat berarti.*
- ✚ *Sahabatku (Ilham Novizar, M.Bima Irsandi, Slamet Mujiono, Anjasmara, Meili Rahmawati, Rizki Ade Kurniasih)*
- ✚ *Teman teman seperjuangan Perbankan Syariah IAIN Bengkulu angkatan 2014, terkhusus PBS G yang telah mengukir cerita panjang mengisi hari- hariku.*
- ✚ *Almamaterku tercinta, IAIN Bengkulu*

Terimalah setitik kebanggaan ini atas segala pengorbanan, perhatian, bimbingan serta kasih sayang yang diberikan demi wujud harapan hidupku.

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk ,Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadi'ah Pasar Pada PT. BPRS Safir Bengkulu Kota Bengkulu
Oleh Ihwan Arifin NIM 1416142225

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi'ah pasar pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu baik secara simultan maupun secara parsial dan seberapa besar pengaruhnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan *Kuantitatif Asosiatif*. Populasi pada penelitian ini yaitu 700 adalah nasabah, pemilihan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* sehingga jumlah sampelnya adalah 88 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji validitas data ialah *Pearson Corelation* sedangkan uji reabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha* uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Skewness*, uji homogenitas menggunakan metode *Levens test*, uji linieritas menggunakan teknik *Test for Linearity*, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor*, dan uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi'ah pasar dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan uji t atau parsial pengaruhnya berbeda, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,072 > \alpha (0,05)$, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha (0,05)$ sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,958 > \alpha (0,05)$. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 66,5% dengan nilai R Square (R^2) adalah 0,665 dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, promosi, lokasi dan suasana

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Effect of Product Quality, Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction at Wadi'ah Pasar Savings at PT. BPRS Safir Kota Bengkulu

By Ihwan Arifin NIM 1416142225

This study aims to determine whether product quality, service quality and facilities affect the satisfaction of pasar wadi'ah savings customers at PT. BPRS Safir Kota Bengkulu both simultaneously and partially and how much influence. The type of research used is field research with the Associative Quantitative approach. The population in this study is 700 are customers, the selection of samples using accidental sampling technique so that the number of samples is 88 customers. The data analysis technique used to test the validity of the data is Pearson Corelation while reliability tests using the Cronbach Alpha method normality test in this study using Skewness homogeneity test using Levens test method, linearity test using Test for Linearity technique, multicollinearity test using Tolerance value and Variance Inflation Factor, and hypothesis testing in this study carried out by multiple linear regression. The results of the study using the F test indicate that product quality, service quality and facilities simultaneously have a significant effect on the satisfaction of market wadi,ah savings customers with a significant value of $0,000 < \alpha (0.05)$. Based on the t test or partial effect is different, product quality does not have a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.072 > \alpha (0.05)$, service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0,000 < \alpha (0.05)$ while facilities have no effect significant to customer satisfaction with a significant value of $0.958 > \alpha (0.05)$. Variable product quality, service quality and facilities affect customer satisfaction by 66.5% with the value of R Square (R²) is 0.665 and the remaining 33.5% is influenced by other factors not included in this study such as price, promotion, location and atmosphere

Keywords: Product Quality, Service Quality, Facilities and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah membimbing dan memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT.BPRS Safir Kota Bengkulu”.

Dalam mempersiapkan, menyusun, hingga menyelesaikan skripsi ini, telah banyak mendapatkan bantuan, pengarahan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang kesemuanya itu sangat besar artinya, maka dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin. M, M.Ag, M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah sabar mendidik dalam proses pembelajaran.
3. Desi Isnaini, MA Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Yosy Arisandy, MM Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

5. Andang Sunarto, Ph.D Selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, motivasi dan semangat selama bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Rini Elvira, SE, M.Si Selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, motivasi dan semangat selama bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama IslamNegeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingandengan baik.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yangtelah memberikan pelayanan dengan baik.
9. Kedua orang tuaku tercinta yangselalu memberikan do'a dan semangat dalam penulisan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini ini. Akhirnya, penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Bengkulu, Desember 2018 M
RabiulAkhir 1440 H

Penulis

Ihwan Arifin
NIM: 1416142225

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| LAMPIRAN..... | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| E. Penelitian Terdahulu | 6 |
| F. Sistematika Penulisan | 10 |

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

| | |
|---|----|
| A. Kajian Teori | |
| 1. Kepuasan Nasabah | 12 |
| a. Pengertian Kepuasan Nasabah | 12 |
| b. Indikator Kepuasan Nasabah..... | 13 |
| c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah ... | 13 |
| 2. Kualitas Produk..... | 15 |
| a. Pengertian Produk | 15 |
| b. Indikator Kualitas Produk | 16 |
| 3. Kualitas Pelayanan | 17 |
| a. Kualitas Pelayanan | 17 |
| b. Indikator Kualitas Pelayanan | 23 |
| 4. Fasilitas | 24 |
| a. Pengertian Fasilitas | 24 |
| b. Indikator Fasilitas..... | 24 |
| 5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah | 26 |
| 6. Pengaruh Kalitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.... | 26 |
| 7. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah | 27 |
| B. Kerangka Berfikir..... | 28 |
| C. Hipotesis..... | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 31 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian | 31 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 32 |
| D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 34 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 35 |
| 1. Pengujian Kualitas Data | |
| a. Uji Validitas | 35 |
| b. Uji Reliabilitas | 36 |
| 2. Uji Asumsi Dasar | |
| a. Uji Normalitas Data | 36 |
| b. Uji Homogenitas | 36 |
| c. Uji Linearitas..... | 37 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | |
| a. Uji Multikolinearitas | 37 |
| 4. Uji Hipotesis | |
| a. Model Regresi Linear Berganda | 38 |
| b. Uji Signifikansi Simultan(Uji f)..... | 38 |
| c. Uji Signifikansi Parsial(Uji t) | 39 |
| 5. Koefisien Determinasi(R^2) | 39 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Hasil Penelitian dan Pembahasan | |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian | |
| a. Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin | 40 |
| b. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia..... | 40 |
| 2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | |
| a. Sejarah PT.BPRS Safir Bengkulu | 41 |
| b. Visi dan Misi BPRS Safir Bengkulu | 45 |
| c. Struktur Organisasi BPRS Safir Bengkulu | 47 |
| d. Produk-produk BPRS Safir | 48 |
| B. Hasil Penelitian | |
| 1. Pengujian Instrumen | |
| a. Uji Validitas | 57 |
| b. Uji Reliabilitas | 58 |
| 2. Pengujian Asumsi Dasar | |
| a. Uji Normalitas | 59 |
| b. Uji Homogenitas | 60 |
| c. Uji Linearitas..... | 61 |
| 3. Pengujian Asumsi Klasik | |
| a. Uji Multikolinearitas | 62 |
| 4. Pengujian Hipotesis | |
| a. Model Regresi Linear Berganda | 63 |
| b. Uji Simultan (Uji F) | 64 |
| c. Uji Parsial (Uji t)..... | 65 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 5. Koefisien Determinasi..... | 67 |
| C. Pembahasan..... | 68 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran..... | 74 |

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blanko Judul
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar
- Lampiran 3 : Catatan Perbaikan Proposal
- Lampiran 4 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 5 : Surat SK Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian dari KESBANGPOL
- Lampiran 10 : Surat Izin Selesai Penelitian
- Lampiran 11 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Pengolahan Data Kuesioner
- Lampiran 13 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 14 : Lembar Dokumentasi

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1: Kerangka Berfikir..... | 29 |
| Gambar 3.1: Skala Likert | 35 |
| Gambar 4.1: Struktur Organisasi BPRS Safir Bengkulu | 47 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1: Koefisien Determinasi | 39 |
| Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 40 |
| Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 40 |
| Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas | 58 |
| Tabel 4.4: Hasil Uji Reliabilitas | 59 |
| Tabel 4.5: Hasil Uji Normalitas Data..... | 60 |
| Tabel 4.6: Hasil Uji Homogenitas Data | 61 |
| Tabel 4.7: Hasil Uji Linearitas Data | 61 |
| Tabel 4.8: Hasil Uji Multikolinearitas | 62 |
| Tabel 4.9: Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 63 |
| Tabel 4.10: Hasil Uji F..... | 65 |
| Tabel 4.11: Hasil Uji t..... | 66 |
| Tabel 4.12: Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 67 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang aktivitas atau kegiatan keuangannya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. bank sebagai lembaga yang kegiatannya menghimpun dana dari pihak ketiga (masyarakat) dalam bentuk simpanan dan kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan jasa lainnya dalam rangka upaya meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Salah satu cara pihak bank untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk dan jasa perbankan yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan dalam menjalankan aktivitas perbankan, terutama saat persaingan dalam industri menunjukkan intensitas yang semakin tinggi pemasaran yang efektif pula apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah, baik secara kuantitas maupun kualitas. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan cara memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau

¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 23

perusahaan.² Untuk itu, pemasaran yang berhasil, identik dengan semakin meningkatnya kepuasan dan loyalitas konsumen dan tumbuhnya jumlah konsumen baru yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan.³

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Terciptanya kepuasan di hati konsumen sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas atau kesetiaan merek. Konsumen akan setia manakala produk sejenis yang dimilikinya sudah mewakili kemudahan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan, mengembangkan, dan mengelola suatu sistem terpadu yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah produk, pelayanan, harga, promosi, lokasi, fasilitas dan suasana.⁴

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Payne dalam Hidayat memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan nasabah akan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara

²Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 262

³Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017), h.2

⁴Donni Juni Priansa. *Perilaku...*, h.196

menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut.⁵

Persaingan yang semakin kompetitif antar bank, mendorong manajemen bank meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. karena kualitas layanan yang baik terbukti pada banyak penelitian mampu menciptakan kepuasan nasabah. Dalam mewujudkan layanan yang bermutu, bank perlu memperhatikan standar layanan yang diharapkan nasabah dan standar layanan yang diberikan pesaing (sebagai banding) serta standar layanan yang dikomunikasikan kepada nasabah.⁶

Selain faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah fasilitas. Kepuasan terhadap fasilitas-fasilitas menjadi faktor utama, fasilitas yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan kondisi pelayanan di kantor, namun juga fasilitas yang mendukung kelancaran operasional bank yang berhubungan dengan konsumen dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Tabungan wadiah pasar merupakan salah satu produk PT. BPRS Safir Kota Bengkulu yang di khususkan untuk pedagang di pasar, dimana penabung tidak perlu meninggalkan dagangan mereka untuk menabung ke bank, karena akan dijemput setiap hari oleh team funding, sehingga mempermudah

⁵Intan Kamila, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah* (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017), h.6

⁶Etta Mamang Sangatji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta, C.V. Andi Offset, 2013), h. 193

nasabah dalam menjangkau akses tabungan dan hal ini akan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Objek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan tabungan wadiah pasar pada PT. BPRS Safir berjumlah 88 nasabah berdasarkan perhitungan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Berdasarkan pengujian variabel menggunakan indikator yang digunakan peneliti. Untuk kualitas produk rata-rata penilaian menunjukkan angka 3,35 yang berarti cukup setuju, kualitas pelayanan rata-rata penilaian menunjukkan angka 3,11 yang berarti cukup setuju, fasilitas rata-rata penilaian menunjukkan 3,23 yang berarti cukup setuju dan kepuasan rata-rata penilaian menunjukkan 3,16 yang berarti cukup setuju. Fakta tersebut menyatakan bahwa masih kurangnya tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan tabungan wadiah pasar, namun data yang diterima secara empiris belum dapat dipercaya, untuk itu perlu dibuktikan pengujian secara statistik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka timbul permasalahan:

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar?
4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah ;

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.
4. Untuk mengetahui apakah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif pada semua orang baik secara teoritis maupun praktis

1. Teoritis
 - a. Merupakan sarana belajar untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merencanakan masalah yang nyata sehingga akan lebih meningkatkan pengertian dan teori-teori diperkuliahan.
 - b. Diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan dibidang tabungan khususnya mengenai tabungan wadiah.
 - c. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur penelitian lanjutan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

2. Praktis

- a. Bagi pihak PT. BPRS Safir Kota Bengkulu penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk dan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah.
- b. Bagi nasabah agar mengetahui bagaimana produk dan kualitas pelayanan dan juga fasilitas yang ada di PT. Bank Safir Kota Bengkulu.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk melakukan penelitian karena biar mengetahui tingkat pemahaman masyarakat mengenai tabungan tersebut.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk membantu peneliti yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terdiri dari: Oetama dan Herlina, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit ; Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit. Populasi adalah sebagian nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sample random sampling. Dari perhitungan regresi linear berganda, didapat persamaan $Y = 9,402 + 0,148 X_1 + 0,306 X_2$. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil uji-t, untuk variabel

fasilitas (X1) thitung : 2,095 > ttabel : 1,993 dengan tingkat signifikan 0,040 < 0,05, artinya terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan untuk hasil uji-t variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu thitung : 2,983 > ttabel 1,993 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Artinya ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji-f, fhitung : 15,088 > ftabel 3,124 dengan tingkat signifikan 0,000 > 0,05 artinya secara simultan fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y). Sebesar 29,5% sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain.⁷ Perbedaan dengan judul penelitian ini terdapat pada objek dan variabel independen.

Irnia Fatmawati, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 100 responden nasabah BMT Tumang cabang Salatiga dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Untuk memudahkan pemecahan masalah, penelitian ini dilakukan menggunakan model regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS *statistic* 20. Analisis ini meliputi uji

⁷Seanewati Oetama dan Desy Herlina, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit* (Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis, 2017), h. 59

reliabilitas, uji validitas, uji regresi linier berganda, pengujian hiotesis melalui uji t dan uji F serta koefisien determinasi (R^2) dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan nasabah. dan secara individual variable fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Karena pelayanan yang baik dapat menabuh kepuasan nasabah dalam menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga.⁸ Perbedaan dengan judul penelitian ini terdapat pada objek dan variabel independen yang digunakan hanya 2 sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen

Intan Kamila, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan di Bank syariah mandiri cabang Jakarta simprug. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah mandiri yang berjumlah 80 responden . Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan metode *Partical Least Square (PLS)*. hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara

⁸Irnia Fatmawati, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nsasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015)

signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁹Perbedaan dengan judul penelitian ini terdapat pada objek dan variabel independen yang digunakan hanya 2 sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen dan pada teknik analisis data yang digunakan.

Endang dan Endah, *The Influence Of Product Quality, Facility, and Service Quality Towards Customer Satisfaction: Case Study On Customer Satisfaction of Warung Apung Maritim Food Satll, West Surabaya*. Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Itu juga dirasakan oleh kuliner semacam itu usaha Warung Apung Maritim point. Banyak upaya lain yang bermunculan dengan karakteristik masing-masing. Sehingga pelanggan puas dan tidak beralih ke yang lain Tempat, perusahaan harus menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas produk, fasilitas dan kualitas layanan. Secara khusus, penelitian ini membahas kepuasan pelanggan Warung Apung Maritim. Ini Penelitian yang menguji tiga variabel independen adalah kualitas produk, fasilitas dan kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh tiga variabel independen terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini adalah dilakukan dengan kuesioner kepada 100 pelanggan titik Warung Apung Maritim yang diperoleh oleh menggunakan purposive sampling. Kemudian analisis data yang diperoleh dalam dengan menggunakan kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi validitas dan uji reliabilitas, multiple analisis

⁹Intan Kamila, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah* (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017)

regresi, melalui koefisien regresi (R²), uji F dan uji t. Analisis kualitatif adalah interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan memberikan deskripsi dan penjelasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen diuji dampak positif dan signifikan terhadap pelanggan kepuasan melalui uji F dan uji t, sedangkan jumlah Adjusted R Square sebesar 0,311 menunjukkan 31,1% variasi kepuasan pelanggan warung Warung Apung Maritim yang dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, dimana sisanya 68,9% adalah dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Dari ketiga variabel yang paling dominan adalah Kualitas Produk (X1) karena memiliki nilai terbesar.¹⁰

F. Sistematika Penulisan

Bab pertama menguraikan pendahuluan yang menjadi pondasi dari setiap karya ilmiah yang berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi.

Bab kedua berisi kajian teori. Kajian teori menguraikan teori yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan juga sebagai sumber informasi dan referensi.

¹⁰ Setyowati Endang dan Purwogati Endah, *The Influence Of Product Quality, Facility, and Service Quality Towards Customer Satisfaction: Case Study On Customer Satisfaction of Warung Apung Maritim Food Satll, West Surabaya* (RJOAS, April 2017), h.146

Bab ketiga berisi metode penelitian dimana metode penelitian ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, instrument penelitian, Definisi Operasional variabel dan teknik analisis data.

Bab keempat berisi hasil penelitian merupakan penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah yang disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan secara deskriptif, sehingga dapat memperjelas sajian tabel atau grafik tersebut.

Bab kelima berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang diperoleh dari pembahasan serta menjawab rumusan masalah dan saran merupakan anjuran yang diberikan penulis kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian dan berperan bagi penulis selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Nasabah.

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda hanya, tergantung dari sudut mana kita memandangnya.

Berikut definisi kepuasan konsumen atau nasabah :

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.¹¹ Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.¹² Berdasarkan penjelasan diatas maka yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah

¹¹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*... h.36

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta, C.V Andi Offset, 2013). h. 181

perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki konsumen. Jika barang dan jasa yang diperoleh oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun sebaliknya.

Kepuasan Nasabah Menurut Islam Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan. Sebagaimana dijelaskan Allah dalam firman Nya berikut :¹³

حَوْلِكَ مِنْ لَا نَفْضُوا الْقَلْبِ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرُ فِي وَشَاوَرَهُمْ لَهُمْ وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُمْ فَأَعْفُ
الْمُتَوَكِّلِينَ تُحِبُّ

Artinya:”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena

¹³Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, h.

itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".(Qs. Ali-Imran (3) : 159)

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:¹⁴

- 1) Perasaan puas (yang terkait arti puas di dalam sini yaitu berkaitan dengan produk karena sesuai dengan konsep dari Irawan).

¹⁴Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2013),h. 3

- 2) Selalu membeli produk
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

c. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:¹⁵

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

4. Lokasi

¹⁵Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 195

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5. Pelayanan Karyawan

Pelayanan Karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud

memiliki karakteristik tertentu. Produk yang berwujud adalah produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dirasa secara langsung oleh konsumen sebelum membeli. Termasuk dalam pengertian produk adalah barang atau obyek fisik, jasa atau pelayanan, pengalaman, kegiatan, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide serta buaran dari berbagai wujud tersebut.¹⁶

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”. Sementara produk berupa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.¹⁷

Dalam ekonomi Islam kualitas produk berkaitan dengan produksi, dimana produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, meskipun mencari untung tidak dilarang. Dalam ekonomi Islam, tujuan utama produksi adalah untuk kemaslahatan individu dan masyarakat secara seimbang. Islam sesungguhnya menerima motif berproduksi

¹⁶Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014), h. 223

¹⁷Kautsar Riza Salman. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. (Jakarta : Indeks, 2012), h. 90

sebagaimana motif dalam system ekonomi konvensional, hanya saja Islam juga menambah nilai-nilai moral disamping utilitas ekonomi. Bagi Islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual, tetapi lebih menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial.¹⁸ Sebagaimana dijelaskan Allah dalam firman-Nya berikut:

نُكْمَاءَ اٰمِنُوۡا۟ۙ اَلَّذِيۡنَ فِيۡهِ مُسْتَخْلَفِيۡنَۙ جَعَلَكُمْ مِمَّا وَاۡنْفِقُوۡا وَاۡرَسُوۡلِهٖۙ بِاِلٰهٍۙ اٰمِنُوۡا
كَبِيۡرًاۙ جَزٰٓءُهُمْ وَاۡنْفِقُوۡا

Artinya: "Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar". (Qs. Al-hadiid (57) : 7)

Cara-cara yang tidak mengakibatkan kerugian dan mudharat dalam kehidupan masyarakat. Produksi barang-barang yang halal adalah dibenarkan, tetapi apabila produksi dilakukan dengan mengandung unsur tipuan atau pemerasan, maka hal ini tidak memenuhi landasan ekonomi Islam.

b. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin

¹⁸Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2015), h. 63

dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:¹⁹

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. *Reliability*(reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Conformance to Specifications*(kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability*(daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. *Serviceability*meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

¹⁹Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2014, h.75

Di Indonesia, penggunaan istilah pelayanan publik (*public service*) dianggap memiliki kesamaan arti dengan istilah pelayanan umum atau pelayanan masyarakat. Oleh karenanya ketiga istilah tersebut dipergunakan secara dapat ditukarkan dan dianggap tidak memiliki perbedaan mendasar.²⁰

Menurut Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada 2(dua) jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.²¹

Islam juga mengajarkan memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan atau tidak berkualitas kepada orang lain Sebagaimana dijelaskan Allah dalam firman Nya berikut :

ضَمِّنْ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفُقُوا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
وَأَفِيهِ تَغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَاتِ مِمَّا وَلَا الْأَرْ

حَمِيدٌ غَنَى اللَّهُ أَنْ وَاعْلَمَ

²⁰Jurini, K.P.W. *Menetapkan Segmentasi Pasar*. (Bagian Proyek Pengembangan Kurikulum Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Depdiknas, 2013), h. 53

²¹ Dirgantoro, Crown. *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. (Jakarta: PT Gramedia, 2014), h. 67

Artinya:”*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*”. (Qs. Al-Baqarah (2): 267)

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*Service*) tidak sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap professional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawab, buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukansukses gagalnya bisnis yang dijalankan.

Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Meneg PAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, memberikan pengertian pelayanan publik yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Karakteristik khusus dari pelayanan publik yang membedakannya dari pelayanan swasta adalah:²²

- a. Sebagian besar layanan pemerintah berupa jasa, dan barang tak nyata. Misalnya perijinan, sertifikat, peraturan, informasi keamanan, ketertiban, kebersihan, transportasi dan lain sebagainya.
- b. Selalu terkait dengan jenis pelayanan-pelayanan yang lain, dan membentuk sebuah jalinan sistem pelayanan yang berskala regional, atau bahkan nasional. Contohnya dalam hal pelayanan transportasi, pelayanan bis kota akan bergabung dengan pelayanan mikrolet, bajaj, ojek, taksi dan kereta api untuk membentuk sistem pelayanan angkutan umum di Jakarta.
- c. Pelanggan internal cukup menonjol, sebagai akibat dari tatanan organisasi pemerintah yang cenderung birokratis. Dalam dunia pelayanan berlaku prinsip utamakan pelanggan eksternal lebih dari pelanggan internal. Namun situasi nyata dalam hal hubungan antar lembaga pemerintahan sering memojokkan petugas pelayanan agar mendahulukan pelanggan internal.
- d. Efisiensi dan efektivitas pelayanan akan meningkat seiring dengan peningkatan mutu pelayanan. Semakin tinggi mutu pelayanan bagi masyarakat, maka semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat

²²Malayu Hasibuan. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Toko Gunung Agung, 2016), h. 90

kepada pemerintah. Dengan demikian akan semakin tinggi pula peran serta masyarakat dalam kegiatan pelayanan.²³

- e. Masyarakat secara keseluruhan diperlakukan sebagai pelanggan tak langsung, yang sangat berpengaruh kepada upaya-upaya pengembangan pelayanan. Desakan untuk memperbaiki pelayanan oleh polisi bukan dilakukan oleh hanya pelanggan langsung (mereka yang pernah mengalami gangguan keamanan saja), akan tetapi juga oleh seluruh lapisan masyarakat.
- f. Tujuan akhir dari pelayanan publik adalah terciptanya tatanan kehidupan masyarakat yang berdaya untuk mengurus persoalannya masing-masing

Dari defenisi kualitas di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dimana pelayanan mempertemukan atau memenuhi atau bahkan melebihi dari apa yang menjadi harapan konsumen dengan sistem kinerja aktual dari penyedia jasa.

Keberhasilan proses pelayanan publik sangat tergantung pada dua pihak yaitu birokrasi (pelayan) dan masyarakat (yang dilayani). Dengan demikian untuk melihat kualitas pelayanan publik perlu diperhatikan dan dikaji dua aspek pokok yakni : Pertama, aspek proses internal organisasi birokrasi (pelayan); kedua, aspek eksternal

²³Agung Kurniawan. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan, 2015), h. 88

organisasi yakni kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat pelanggan.²⁴

Organisasi publik mempunyai ciri public accountability, yaitu setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima. Sangat sulit untuk menilai kualitas suatu pelayanan tanpa mempertimbangkan peran masyarakat sebagai penerima pelayanan,. Evaluasi yang berasal dari pengguna pelayanan merupakan elemen pertama dalam analisis kualitas pelayanan publik. Elemen kedua dalam analisis adalah kemudahan suatu pelayanan untuk dikenali baik sebelum, dalam proses, atau setelah pelayanan itu diberikan.

Bentuk, Makna dan Tujuan Pelayanan Publik Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari 3 (tiga) macam yaitu:²⁵

a. Layanan secara lisan

Layanan secara lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapapun yang memerlukan agar setiap layanan berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Maka perlu diperhatikan syarat- syarat

²⁴Lukman, Sampara. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta: STIA LAN Press, 2013), h. 90

²⁵Ratminto. *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h. 78

yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yakni dengan memahami benar masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya, mampu memberikan penjelasan tentang apa yang perlu dengan lances, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan pelayanan.

b. Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya, pada umumnya layanan melalui tulisan cukup efisien bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani perlu diperhatikan faktor kecepatan baik dalam pengolahan masalah-masalah maupun proses penyelesaiannya.

c. Layanan dengan perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil pekerjaan.

Dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan administratif
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Lima dimensi kualitas pelayanan publik dapat dikembangkan menjadi sepuluh dimensi sebagai berikut:

1. *Tangible*, terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi.
2. *Reliabel*, terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness*, kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap mutu layanan yang diberikan.
4. *Competence*, tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan layanan.
5. *Courtesy*, sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. *Credibility*, sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat.
7. *Security*, jasa pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya atau resiko.
8. *Access*, terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan.
9. *Communication*, kemauan pemberi layanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informais baru kepada masyarakat.

10. *Understanding the customer*, melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.²⁶

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, ada lima indikator paling sering dijadikan acuan adalah :²⁷

1. *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosa penyakit pasien dengan akurat.
2. *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
3. *Jaminan (assurance)*, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. Contohnya, mekanik di bengkel yang berpengetahuan dan pengalaman luas.
4. *Empati*, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

²⁶Malayu Hasibuan. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah.....*, h. 90

²⁷Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran, ...*, 2012), h. 13

5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi. Contohnya, fasilitas respirasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representatif di bengkel. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja.

4. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya fasilitas merupakan pelaksanaan fungsi.

Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas suatu perusahaan maka semakin lengkap pula fasilitas dan sarana pendukung dalam proses kegiatan untuk proses kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut. Fasilitas kantor itu mencakup atau meliputi sarana dan prasarana kantor.

Karakteristik fasilitas yang mencakup sarana dan prasarana pendukung dalam proses aktivitas perubahan atau organisasi:²⁸

1. Mempunyai bentuk fisik.
2. Memberikan manfaat dimasa yang akan datang.

Fasilitas fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang

²⁸Komaruddin Sastradipoera, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung:Kappa-sigma, 2015), h. 78

kualitas,kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan,dan sarana komunikasi. Fisik nyata tercermin dengan indikator penggunaan perlatan dan teknologi dalam operasional.²⁹

Fasilitas menurut islam (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana praasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan.

b. Indikator Fasilitas

Fasilitas kantor pada setiap perusahaan akan berbeda dalam bentuk dan jenis nya, tergantung pada jenis usaha dan besar-kecilnya perusahaan tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, maka sarana berkaitan dengan mesin dan peralatan, perlengkapan, peralatan, dan peralatan inventaris lainnya.³⁰

1. Sarana

- a. Perabot
- b. Peralatan

²⁹T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2013), h. 101

³⁰Ika Widiyanti, *Administrasi Perkantoran 1 Bidang Keahlian Bisnis Dan Manajemen*, (Yudhistira. 2014), h. 134

- c. Perlengkapan
- d. Interior
- 2. Prasarana
 - a. Penambahan nilai estetis
 - b. Penambahan citra perusahaan di mata kolega dan lingkungan sekitar
 - c. Tolak ukur kualitas perusahaan atas lingkungan sosial
 - d. Perwujudan prestasi perusahaan
 - e. Peningkatan wujud apresiasi seni
- c. Pemeliharaan Fasilitas

Tujuan diadakan nya *maintance* antara lain sebagai berikut:³¹

1. Memungkinkan tercapainya jumlah produk melalui oprasi fasilitas secara tepat
 2. Memaksimalkan umur ekonomis peralatan/fasilitas produksi
 3. Memaksimalkan kapasitas produksi dan pralatan
 4. Memaksimalkan frekuensi kerusakan dan kegagalan proses operasi
- Menjaga keamanan peralatan.

5. Pagaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Pada umumnyakepuasanadalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produkatau layanan dengan harapan.Jika kinerja atau pengalaman kurang dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas atau senang.Penilaian pelanggan terhadap kinerja produk atau layanan

³¹Ika Widiyanti, *Administrasi Perkantoran...h.* 135

bergantung pada banyak faktor, termasuk jenis hubungan kesetiaan yang dimiliki pelanggan dengan merek tersebut. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk sehingga pelanggan menjadi semakin puas.³²

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan nasabah

Layanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu layanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi. Sebagian besar jasa layanan memasukkan konsumen sebagai inputnya yang disebut dengan *people processing* mengambil bagian apabila layanan yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Semakin baik layanan yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen atau pelanggan akan semakin puas. Jika kualitas layanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harapannya, maka mereka berpandangan bahwa layanan tersebut memiliki kualitas yang bagus. Apabila konsumen mendapatkan kualitas yang bagus, maka hal ini akan menjadi pengalaman bagi mereka dan membagikan pengalaman tersebut dengan produk, *word of mouth*, komunikasi eksternal perusahaan dan publikasi.

Kualitas layanan mendorong ke arah peningkatan kepuasan konsumen, kualitas layanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, kualitas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan

³²Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 15, Jilid 1, (2016), h. 153

konsumen yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas layanan dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah atau melakukan pembelian secara diskontinyu. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

7. Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan nasabah

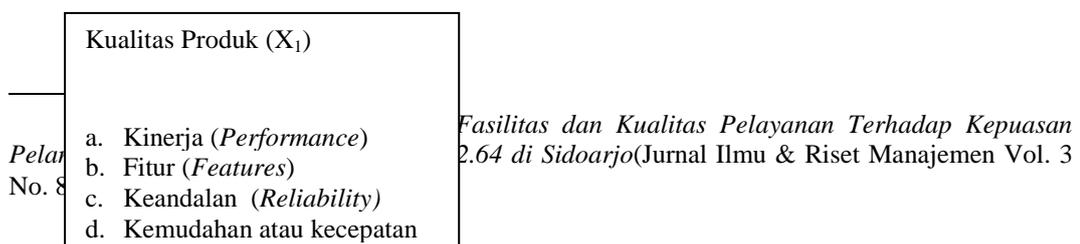
Menurut yazid tujuan utama hubungan pemasaran adalah untuk membangun dan mempertahankan konsumen yang komitmen dapat menguntungkan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan ini, perusahaan – perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen. Pertama – tama perusahaan akan menarik konsumen yang mungkin akan menjadi konsumen yang ingin membina hubungan dalam jangka panjang dengan perusahaan, yaitu dengan cara memberikan fasilitas dan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Berikutnya, begitu mereka tertarik untuk terikat dalam hubungan dengan perusahaan, konsumen akan tetap ingin menjalin hubungan selama mereka diberi produk dan jasa yang berkualitas secara fasilitas dan pelayanan yang terbaik di setiap kesempatan. Akhirnya, konsumen yang terpuaskan dapat menjadi konsumen yang loyal, konsumen yang tadi hanya menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan, tetapi mereka juga mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dimasa

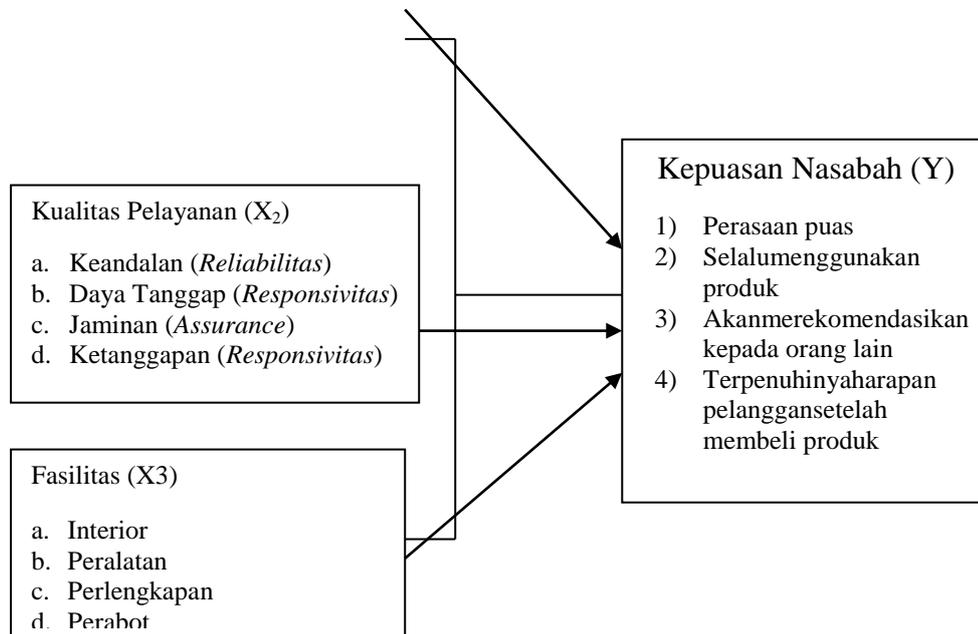
yang akan datang, sehingga akan mampu menaikkan market share dan laba perusahaan.³³

B. Kerangka Berpikir

Dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah ada beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti: kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas . adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen dapat dikatakan memuaskan konsumen apabila produk yang ditawarkan dapat terwujud dalam bukti kinerja (*Performance*), fitur (*Features*), keandalan (*Reliability*), kemudahan dan kecepatan (*Serviceability*). Sedangkan kualitas pelayanan yang dapat dikatakan baik, apabila pelayanan yang diberikan tersebut dapat terwujud melalui keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsivitas*), jaminan (*assurance*), dan empati. Pemberian fasilitas yang baik dengan adanya sarana seperti perabot, peralatan, perlengkapan dan interior yang diberikan untuk memeberikan pelayanan kepada nasabah.

Kualitas produk , kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan variable independen(X) , kepuasan nasabah merupakan variabel dependen (Y). Dari model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:





Sumber.³⁴

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Pengaruh Kualitas Produk ,Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu

Kerangka berpikir di atas menunjukkan hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, baik secara parsial maupun simultan. Adapun keterangan pada gambar adalah sebagai berikut:

-  : Menunjukkan variabel X dan Y
-  : Menunjukkan adanya pengaruh variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
-  :Menunjukkan adanya pengaruh secara bersama variabel X terhadap variabel Y

³⁴Atika Zahra ,*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online* (Studi Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta),(Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2017), h. 53

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Terdapat Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.
- H2: Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.
- H3: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.
- H4: Terdapat Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh antarpengaruh kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu metode penelitian yang menekankan pada fenomena-fenomena obyektif dan digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu dalam penelitian.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari peneliti mengajukan judul yaitupada bulan Februari 2018 s/d September 2018.

2. Tempat Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah PT. Bank Safir Kota Bengkulu yang beralamat di Jalan Merapi Raya No. 02 Kelurahan Kebun Tebeng Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu 38227, Telp: (0736) 346994. alasan pemilihan tempat penelitian ini yaitu karena produk tabungan wadiah pasar hanya ada di PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Safir Bengkulu. Nasabah PT. BPRS Safir Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 700 nasabah tabungan wadiah pasar.³⁵

2. Sampel

Sample dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan wadiah pasar berjumlah 88 nasabah. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan jenis teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti

³⁵M.Andi Hatta, *KA Divisi Marketing*, Wawancara pada tanggal 15 Agustus 2018

yang dipandang cocok sebagai sumber data.³⁶Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut:³⁷

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

Keterangan:

s = Besar sampel

N = Besar Populasi

Ne^2 = Nilai Kritis (Batas Ketelitian)

$$s = \frac{700}{1+700(0,1^2)}$$

$$s = \frac{700}{1+700(0,01)}$$

$$s = \frac{700}{1+7}$$

$$s = \frac{700}{8}$$

s = 87,5 maka dibulatkan menjadi 88 responden.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

³⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 67

³⁷Murni Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017), h.134.

Data primer adalah data yang berkaitan dengan kepuasan nasabah, kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisioner kepada responden nasabah tabungan wadiah pasar PT. Bank Safir Kota Bengkulu.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui literatur yang berasal dari media cetak maupun media elektronik yang berupa dokumen-dokumen, buku, jurnal, skripsi sebelumnya dan lainnya yang berkaitan dengan variabel penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Digunakan beberapa teknik pengambilan data primer yaitu melalui

a. Survei

Teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun data pertanyaan yang akan diajukan pada responden dalam bentuk sampel dari sebuah populasi. Dalam hal ini peneliti menggunakan instrument angket. Dalam penelitian ini peneliti meneliti pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu.

b. Studi Kepustakaan

Untuk melakukan studi kepustakaan, perpustakaan merupakan suatu tempat yang tepat guna memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca dan dikaji, dicatat dan dimanfaatkan. Seorang peneliti hendaknya mengenal atau tidak merasa asing dilingkungan perpustakaan sebab dengan mengenal situasi perpustakaan, peneliti akan dengan mudah menemukan apa yang diperlukan.

E. Definisi Operasioanl Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian:

1. Kualitas Produk (X1)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian untuk diberi, untuk digunakan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

3. Fasilitas (X3)

Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya fasilitas merupakan pelaksanaan fungsi.

4. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki konsumen

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner Tertutup

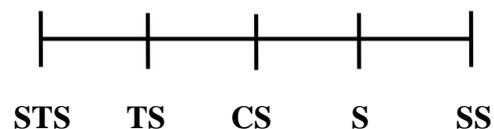
Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Agar mempermudah responden dalam memberikan jawaban, kuesioner dirancang sebagai kuesioner tertutup, dimana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disertakan pilihan-pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden.

Adapun kategori yang digunakan penulis adalah yang terlihat padaskala dengan format seperti di bawah ini:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup Setuju (CS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Gambar 3.1 Skala Likert

Rentangan Penilaian dalam Skala Likert:



Sumber : Irnia Fatmawati³⁸

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen diperlukan untuk memastikan agar instrumen kuesioner yang digunakan valid. Pengujian Validitas instrumen dilakukan sebelum kuesioner disebarakan kepada responden. Kuesioner penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corelation*, dengan ketentyuan instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai signifikan $< \alpha (0,05)$.³⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan untuk menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten. Reliabel kuesioner pada penelitian ini akan diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Kuesioner akan dikatakan reliabel jika *Cronbach Aplha* $> 0,50$.⁴⁰

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas data

³⁸Irnia Fatmawati, *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga 2015). h, 58

³⁹Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta, 2013),h. 24

⁴⁰Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*.....h. 25

Uji normalitas dimaksudkan untuk melakukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Dengan pengujian Skewness dengan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka -2 atau 2 maka data bisa dikatakan berdistribusi normal.⁴¹

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas data digunakan untuk mengetahui sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk melihat apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Untuk menentukan homogenitas tersebut menggunakan *Levene test* yaitu *Homogenitas of Variance* dengan pedoman sebagai berikut:

- a) Signifikansi uji (α) = 0,05
 - b) Apabila $\text{sig} > \alpha$ maka variansi setiap sampel sama (homogen)
 - c) Apabila $\text{sig} < \alpha$ maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)
- c. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian linearitas ini

⁴¹Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*,...h. 29

dengan menggunakan *Test for Linearity*, dengan kriteria jika nilai p value sig > 0,05 maka hubungan dua variabel dikatakan linear.⁴²

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas apabila ada fungsi linier yang sempurna pada berapa atau semua variabel independen. Model regresi yang baik digambarkan dengan tidak adanya korelasi diantara variabel independennya. Gejala multikolinearitas dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang atau lebih besar dari 0,10.⁴³

4. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Model regresi berganda digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian atau variabel X terhadap variabel Y. Metode Ordinary Least Square (OLS) akan digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Variabel-variabel pada penelitian ini yaitu Kualitas produk (X_1), Kualitas pelayanan (X_2), Fasilitas (X_3), dan

⁴² Duwi Priyatno, *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2017), h. 95-96

⁴³ Tony Wijaya, *Cepat Menguasai SPSS 19 untuk Olah dan Interpretasi*, (Yogyakarta: Cahaya Atma, 2011), h. 123

Kepuasan Nasabah (Y). Persamaan regresi berganda yang digunakan yaitu:

adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen⁴⁴.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

β_0 = Konstanta

β = Koefisien Regresi

β_1 = Kualitas Produk

β_2 = Kualitas Pelayanan

β_3 = Fasilitas

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh berpengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan (serentak) mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dasar pengambilan keputusan pada f-test yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi >0,05

⁴⁴Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi*. (Semarang : BP Undip, 2016),h.79

maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a akan diterima.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah t-test satu sampel, uji ini dipilih karena penelitian ini menggunakan data interval. Dasar pengambilan keputusan pada t-test yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a akan diterima.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pada penelitian ini untuk mengukur koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square*. Pedoman untuk mengukur interpretasi koefisien determinasi yaitu seperti pada tabel berikut

Tabel 3.1

Pedoman untuk Mengukur Interpretasi Koefisien Determinasi

| No. | Proporsi (Internal Koefisien) | Skor |
|-----|-------------------------------|---------------|
| 1 | 0% - 19,99% | Sangat rendah |
| 2 | 20% - 39,99% | Rendah |
| 3 | 40% - 59,99% | Sedang |
| 4 | 60% - 79,99% | Kuat |

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

a. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Responden | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-laki | 34 | 38.6% |
| Perempuan | 54 | 61.4% |
| Total | 88 | 100% |

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-laki ada sebanyak 34 orang dengan persentase 38.6%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan ada sebanyak 54 orang dengan persentase 61.4%. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian didominasi oleh perempuan.

b. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Responden | Persentase |
|-------|-----------|------------|
| 21-30 | 17 | 19.3% |

| | | |
|--------------|-----------|-------------|
| 31-40 | 36 | 40.9% |
| 41-50 | 27 | 30.7% |
| 51-60 | 8 | 9.1% |
| Total | 88 | 100% |

Sumber : Lampiran 1

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden yang berusia 21-30 sebanyak 17 orang dengan persentase 19.3%, responden yang berusia 31-40 sebanyak 36 orang dengan persentase 40.9%, responden yang berusia 41-50 sebanyak 27 orang dengan persentase 30.7%. responden yang berusia 51-60 sebanyak 8 orang dengan persentase 9.1%.Data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian didominasi oleh nasabah berusia 31-40 tahun

2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir Bengkulu

Di Bengkulu hingga tahun 2005 terdapat sekitar 20 ribuan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), namun baru 10 ribuan yang memperoleh fasilitas dan akses layanan perbankan, 3-8 ribuan wirausaha memperoleh pembiayaan usaha berasal dari tengkulak dan kerabat/keluarga serta hanya beberapa persen yang baru dapat pelayanan di Perbankan Syariah.⁴⁵

Memahami hal ini sebelumnya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir telah melakukan pengamatan dan wawancara (Study Kelayakan

⁴⁵ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Bisnis) kepada pengusaha mikro dan kecil di beberapa kabupaten di Bengkulu. Responden mengatakan bahwa Bank terlalu rumit dan menakutkan dengan berbagai persyaratan dan proses untuk meminjam uang, selain itu mereka tidak mempunyai waktu untuk datang ke Bank karena harus menunggu toko atau kiosnya.

Mereka membutuhkan suatu layanan persyaratan yang sederhana, proses yang mudah dan cepat, serta kenyamanan transaksi yang dapat dilakukan ditempat usaha mereka serta mereka berkeinginan untuk kembali membangkitkan ekonomi berbasis Syariah. Oleh karena itu, pada tahun 2005 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir hadir untuk memberikan layanan secara khusus bagi usaha dengan skala mikro dan kecil.

Bank Syariah Safir didirikan pada tanggal 10 September 2005, berdasarkan keputusan Bank Indonesia No.07/53/KEPPGIB/2005. BPRS Safir telah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM RI No.C.18069HT.0101 Tahun 2005. Akta pendiriannya disahkan didepan Notaris Irawan, SH dengan akta No.8 pada tanggal 04 Juni 2004. Bank Syariah Safir didirikan atas prakarsa:H. Basri Muhammad, S.Sos, Ir. Bambang Sutrisno, Ir. Akhmad Muklis Yusuf⁴⁶

Bank Syariah Safir dalam kegiatannya diawasi oleh dewan pengawas Syariah yang diangkat dengan persetujuan dari Dewan Syariah Nasional, yang terdiri dari:

⁴⁶ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Ketua : Drs. KH. Abdullah Munir. M. Pd

Anggota : Dr. Rohimin. M.Ag

Bank Syariah Safir Bengkulu didirikan dengan modal dasar perseroan sebesar Rp.4000.000.000,- yang terdiri atas 4.000 lembar saham, masing-masing saham bernilai nominal seluruhnya sebesar Rp.1000.000,-

Modal dasar perseroan tersebut terdiri dari:

- a. H. Basri Muhammad, sebanyak 2.733 lembar saham, dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.2.733.000.000,-
- b. Ir. Bambang Sutrisno sebanyak 747 lembar saham, dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.747.000.000,-
- c. Ir, Ahmad Muklis Yusuf sebanyak 520 lembar saham, dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.520.000.000,-

Pada Bank Syariah Safir Bengkulu telah ditentukan dan dibentuk Dewan Direksi dan Komisaris, terdiri dari:⁴⁷

Komisaris Utama : H. Basri Muhammad

Komisaris : Ir. Bambang Sutrisno

Direktur Utama : Amir Mukadar

Direktur : Rahmat Suryatna

⁴⁷ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Namun pada tanggal 16 Juli 2008, PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah Safir berubah menjadi PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan syariah dan juga pada tanggal 31 Desember 2015 berdasarkan Akta Notaris Dian Risnawati, SH. Nomor 42 tanggal 14 Juli 2015 terjadi perubahan susunan Direksi, Dewan Komisaris, dan Dewan Pengawas \syariah sebagai berikut :

A. Direksi

Direktur Utama : Friska Dipniustiawan

Direktur : Ahmad Fauzi

B. Dewan Komisaris

Komisaris Utama : H.Basri Muhammad, S.Sos, M.Si

Komisaris : Dr. H. Ahmad Muklis Yusuf, MBA

C. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. KH. Abdullah Munir

Anggota : Prof. Dr. Rohimin, M.Ag

Untuk menunjang perubahan susunan Direksi, Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah tadi, Bank Safir Bengkulu telah melakukan langkah-langkah strategis, taktis dan nyata dalam mengoptimalkan peran untuk meningkatkan potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat Bengkulu. Langkah-langkah ini dilakukan dengan memberikan pembiayaan dan pembinaan terhadap usaha kecil dan mitra terutama pada sektor perdagangan dan pertanian.

Bank Safir Bengkulu juga melakukan upaya peningkatan manajemen SDM, teknologi operasi yang nantinya diharapkan dapat lebih meningkatkan pelayanannya terhadap masyarakat secara cepat dan tepat, sesuai dengan visi dan misi Bank Syariah Safir Bengkulu.⁴⁸

b. Visi dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir Bengkulu

Adapun visi dan misi PT Bank Syariah Safir Bengkulu, adalah sebagai berikut :

Visi Bank Pembiayaan Rakyat Safir Bengkulu yaitu :

Menjadi Bank Syariah unggulan di Provinsi Bengkulu dengan memberikan manfaat dalam membangun perekonomian masyarakat Bengkulu.

Sedangkan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Safir Bengkulu yaitu :

1. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama
2. Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial.

Hanya karyawan yang mempunyai kemampuan kerja yang tinggi sajalah yang akan mampu memberikan kontribusi positif terhadap

⁴⁸ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

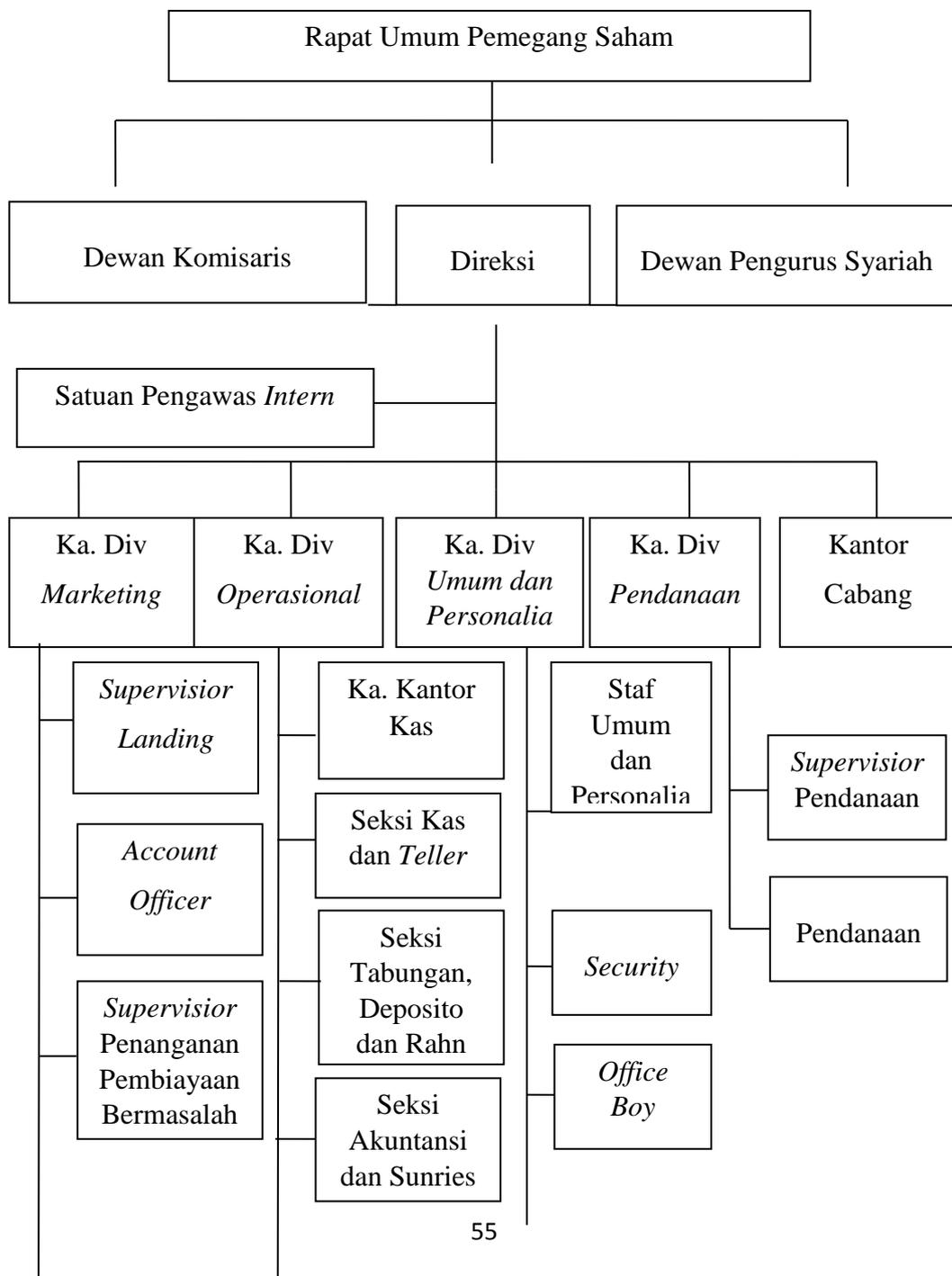
pencapaian visi dan misi tersebut.⁴⁹ Sedangkan disisi lain yang berkaitan erat dengan empat nilai budaya kerja Bank Syariah Safir Bengkulu, ada enam nilai perilaku utama insan Bank Syariah Safir Bengkulu yang tidak kalah penting untuk diperhatikan, diantaranya yaitu :

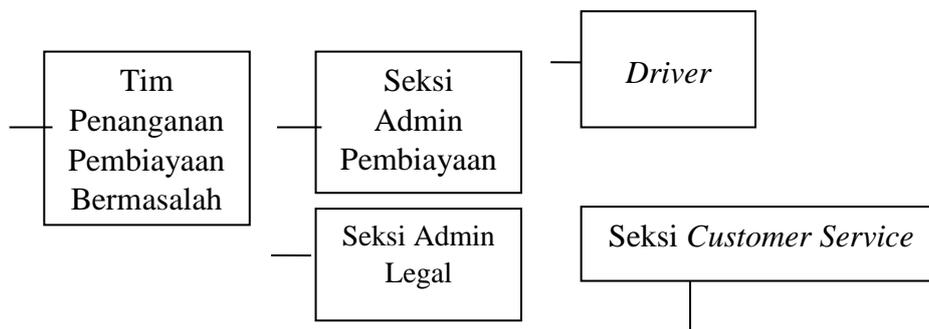
- a. Meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik
- b. Jujur, tulus dan ikhlas
- c. Disiplin, konsisten dan bertanggung jawab
- d. Memberikan layanan terbaik berdasarkan prinsip syariah
- e. Senantiasa melakukan penyempurnaan
- f. Kreatif dan inovatif

Dengan demikian, Bank Pembiayaan Syariah Safir Bengkulu harus menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya dibutuhkan penelitian, ketepatan dan kemampuan sumberdaya manusia terhadap kinerja, agar meningkatkan kualitas pelayanan nasabah dengan menggunakan jasa perbankan berdasarkan prinsip islam. Dengan kata lain, karyawan Bank Safir Bengkulu mempunyai peran yang sangat strategis dalam menunjang visi dan misi perusahaannya.

⁴⁹ PT.BPRS Safir, Link : www.banksyariahsafirbengkulu.com...,

c. **Struktur Organisasi BPRS Safir Bengkulu**





Gambar4.1 Struktur Organisasi

d. Produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS Safir)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir (BPRS Safir) melayani berbagai aktivitas usaha makro dan kecil, baik dalam pembiayaan maupun simpan pinjam. Untuk selalu memberikan kemudahan, kecepatan dan kenyamanan layanan. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir terdiri dari beberapa produk yang telah disesuaikan dengan kebutuhan, sebagai berikut:

1. Pembiayaan atau penyaluran dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga katagori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu :

- a. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli yang ada di BPRS Safir Bengkulu berupa pembiayaan *murabahah*, yakni:

Murabahah bi Tsaman Ajil atau lebih dikenal sebagai *murabahah*. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan)

adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual , sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad.

Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

- b. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa yang ada diterapkan di BPRS Safir Bengkulu yakni prinsip *ijarah*:

Transaksi *Ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pada masa akhir sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah mutahhiyah bittamlik* (sewa

yang diikuti dengan kepindahannya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati oleh awal perjanjian.⁵⁰

- c. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil yang terjadi di BPRS Safir Bengkulu yakni pembiayaan *Musyarakah*.

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah* atau serikat atau kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Termasuk dalam golongan *musyarakah* adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerjasama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangible asset* (seperti hak paten atau goodwill), kepercayaan/reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi

⁵⁰ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan ataupun tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

Ketentuan umum:

Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek *musyarakah* dan dikelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksanaan proyek *musyarakah* tidak boleh melakukan tindakan seperti:

1. Menggabungkan dana proyek dengan harta pribadi.
2. Menjalankan proyek *musyarakah* dengan pihak lain tanpa izin pemilik modal lainnya.
3. Memberi pinjaman kepada pihak lain.

Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaan atau digantikan oleh pihak lain. Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama apabila:

- a. Menarik diri dari perserikatan
- b. Meninggal dunia,
- c. Menjadi tidak cakap hukum

Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan sedangkan kerugian dibagi sesuai porsi kontribusi modal. Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad.

Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bai hasil yang telah disepakati untuk bank.

d. *Rahn dan Qordh*

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria:⁵¹

1. Milik nasabah sendiri.
2. Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai rill pasar.
3. Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank. Atas izin bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, maka nasabah harus bertanggung jawab.

Apabila nasabah wanprestasi, bank dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Nasabah mempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin bank. Apabila hasil penjualan melebihi kewajibannya, maka kelebihan tersebut menjadi milik nasabah. Dalam hasil penjualan tersebut lebih kecil dari kewajibannya, nasabah menutupi kekurangannya.

⁵¹ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* dalam PT BPRS Safir Bengkulu biasanya dalam dua hal, yaitu:

1. Sebagai peminjam kepada pengusaha kecil, dimana menurut perhitungan bank akan memberatkan pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli, *ijarah*, atau bagi hasil.
2. Sebagai peminjam kepada pengurus bank, dimana bank menyediakan fasilitas ini untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengembalikannya secara cicilan melalui pemotongan gajinya.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk kedalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti *murabahah*, *salam* dan *istishna* serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu *ijarah*. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh *nisbah* bagi hasil yang disepakati dimuka. Produk perbankan yang termasuk dalam kelompok ini adalah *musyarakah* dan *mudharabah*.

2. Produk penghimpun dana

Penghimpunan dana di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir dapat berbentuk tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadiah* dan *mudharabah*.

a. Prinsip *Wadiah*

Prinsip *Wadiah* yang diterapkan adalah *Wadiah amanah*, pada prinsipnya harta dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Tetapi jika dana tersebut digunakan, maka keuntungan dan kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan dimuka. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tabungan *Wadiah* PT BPRS Safir Bengkulu terdiri dari:⁵²

1. Tabungan *Wadiah* Umum.
2. Tabungan *Wadiah* Pelajar.
3. Tabungan *Wadiah* Haji dan Qurban.

⁵² Profil PT BPRS Safir Bengkulu

4. Tabungan *Wadiah* Pasar.

5. Tabungan *Wadiah* Toko/Warung.

1. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Umum.

Tabungan ini menunjuk sasaran pada masyarakat umum, dalam komponen tabungan ini terdiri dari tabungan umum, tabungan bagi hasil deposito serta tabungan dalam pendebitan angsuran pembiayaan.⁵³

2. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadi'ah* Pelajar.

Tabungan ini dikemas dengan melakukan kerjasama terpadu kepada sekolah-sekolah dengan dasar sebagai media edukasi kepada anak-anak tentang menabung sejak dini. Sistem yang digunakan adalah sistem jempu bola, dimana tabungan akan dijemput dan kembali diantar secara berkala dan berkontinu sesuai kesepakatan dengan pihak sekolah.

3. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Haji dan Qurban.

Diperuntukan sebagai sarana penyimpanan dan tidak menyediakan pemberangkatan haji. Sedangkan tabungan

⁵³ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

qurban memiliki sasaran kelompok-kelompok qurban pada beberapa jaah masjid.⁵⁴

4. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Pasar.

Tabungan ini merupakan bentuk kepedulian atas kurangnya manfaat atas akses bank pada masyarakat terutama pedagang pasar. Hadirnya Safir dalam produk tabungan pasar ini memberi peluang yang luas kepada para pedagang dipasar yang selama ini enggan menabung dengan langsung datang ke bank.

5. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Toko/Warung.

Dengan banyaknya warung yang tersebar memberikan peluang atas potensi yang besar dalam penghimpunana dana murah. Kegiatan ini dilakukan dengan penjemputan secara rutin secara berkala sesuai dengan kesepakatan.

Nilai Tabungan *Wadiah* Safir:

1. Sebagai media edukasi kepada masyarakat atas manfaat menabung.
2. Melatih menabung sejak dini melalui tabungan pelajar
3. Melayani dengan sepenuh hati dengan bersentuhan langsung kepada masyarakat.

⁵⁴ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

4. Membantu memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mendapat manfaat menabung melalui antar jemput tabungan sebagai media promosi yang efektif.

b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpanan atau deposit bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan *mudharabah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan *mudharabah*, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Rukun *mudharabah* terpenuhi sempurna (ada *mudharib*, ada pemilik dana, ada usaha yang akan dibagi hasilnya, ada *nisbah*, ada *ijab kabul*). Prinsip *mudharabah* ini di aplikasikan pada deposito berjangka.

Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru. Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

B. Hasil Penelitian

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan *Pearson Corelation*, dimana dikatakan valid jika nilai signifikan $< 0,05$. Berikut penyajian r-tabel pada penelitian ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

| Variabel | Item Pertanyaan | Sig | $\alpha(0,05)$ | Keterangan |
|-----------------------|--------------------|-------|----------------|------------|
| Kualitas Produk | X1.1 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X1.2 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X1.3 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X1.4 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| Kualitas Pelayanan | X2.1 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X2.2 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X2.3 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X2.4 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| Fasilitas | X3.1 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X3.2 | 0,000 | 0,05 | Valid |

| | | | | |
|------------------|------|-------|------|-------|
| | X3.3 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | X3.4 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| Kepuasan Nasabah | Y.1 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | Y.2 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | Y.3 | 0,000 | 0,05 | Valid |
| | Y.4 | 0,000 | 0,05 | Valid |

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa nilai siguntuk keempat variabel penelitian yang diuji bernilai kurang dari α (0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dan dapat mengukur skor pada item kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan nasabah valid karena nilai sig < 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Realibilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas ini menggunakan rumus *alpha cronbach*. Dimana dikatakan reliabel jika *Alpa Cronbach* > 0,50. Berikut hasil uji *cronbach alpha* pada penelitian ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | $\alpha(0,50)$ | Keterangan |
|--------------------|-----------------------|----------------|------------|
| Kualitas Produk | 0,533 | 0,50 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan | 0,761 | 0,50 | Reliabel |

| | | | |
|------------------|-------|------|----------|
| Fasilitas | 0,572 | 0,50 | Reliabel |
| Kepuasan Nasabah | 0,578 | 0,50 | Reliabel |

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach alpha* untuk keempat variabel penelitian yang diteliti memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan nasabah dapat dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk yang telah dikumpulkan berdistribusi normal dari populasi normal. Untuk menguji Skewness dengan kriteria kenormalan jika hasil tidak melebihi angka -2 atau 2, maka bisa dikatakan data berdistribusi normal. Berikut ini disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Data

| Variabel | Hasil Skewness | Keterangan |
|-----------------|----------------|------------|
| Kualitas Produk | -0,120 | Normal |

| | | |
|--------------------|--------|--------|
| Kualitas Pelayanan | -0,279 | Normal |
| Fasilitas | -0,279 | Normal |
| Kepuasan Nasabah | -0,015 | Normal |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan hasil output tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa nilai Skewness kualitas produk (X1) -0,120, kualitas pelayanan, (X2) -0,279, fasilitas (X3) -0,279 dan kepuasan nasabah (Y) -0,015 hasil tidak melebihi angka -2 atau 2, maka dari uji normal dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal dan layak untuk digunakan.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas data ini dilakukan untuk menentukan apakah varian dari sampel itu sama atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *homogeneity of variance*. Untuk menentukan homogenitas digunakan persamaan sebagai berikut:

- a. Signifikan uji = 0,05
- b. Jika $\text{sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- c. Jika $\text{sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen). Berikut ini disajikan hasil uji homogenitas data dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 4.6
Hasil Uji Homogenitas Data

Test of Homogeneity of Variances

| | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|--------------------|------------------|-----|-----|------|
| Kualitas_Produk | .082 | 1 | 86 | .775 |
| Kualitas_Pelayanan | .007 | 1 | 86 | .932 |
| Fasilitas | 1.018 | 1 | 86 | .316 |
| Kepuasan | .205 | 1 | 86 | .652 |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa data pada penelitian ini memiliki varians yang sama atau tidak jauh berbeda keragamannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi uji yang lebih besar dari α (0,05), yaitu kualitas produk sebesar 0,775, kualitas pelayanan 0,932 , fasilitas 0,316 dan kepuasan nasabah 0,652.

c. Uji Linieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian linearitas ini dengan menggunakan *Test for Linearity*, dengan kriteria jika nilai p value sig > 0,05 maka hubungan dua variabel dikatakan linear. Berikut ini disajikan hasil uji linearitas data dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 4.7
Hasil Uji Linearitas Data

| Keterangan | Sig. | $\alpha= 0,05$ | Keterangan |
|--------------------|-------------|----------------------------------|-------------------|
| Kualitas Produk | 0,071 | 0,05 | Linear |
| Kualitas Pelayanan | 0,136 | 0,05 | Linear |

| | | | |
|-----------|-------|------|--------|
| Fasilitas | 0,093 | 0,05 | Linear |
|-----------|-------|------|--------|

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel yang diteliti memiliki nilai probabilitas signifikan (sig) yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti bahwa hubungan seluruh variabel independen dan dependen bersifat linear.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian yang dilakukan pada uji multikolinearitas ini menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu data dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10. Berikut ini disajikan hasil dari uji multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Kualitas_Produk | .671 | 1.490 |
| Kualitas_Pelayanan | .545 | 1.834 |

| | | |
|-----------|------|-------|
| Fasilitas | .600 | 1.666 |
|-----------|------|-------|

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas terhadap kedua variabel bebas. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *Tolerance* yang lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10.

4. Uji Hipotesis

Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linear sederhana dan uji parsial (uji t):

a. Model Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linear berganda. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh dari dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .737 | .253 | | 2.914 | .005 |

| | | | | | |
|------------------------|-------|------|-------|-------|------|
| Kualitas_Produk | .154 | .085 | .140 | 1.822 | .072 |
| Kualitas_Pelayana n | .617 | .072 | .733 | 8.574 | .000 |
| Fasilitas | -.004 | .076 | -.004 | -.053 | .958 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi linear seperti berikut ini:

$$Y = 0.737 + 0.154X_1 + 0.617X_2 + -0.004X_3 + ei$$

Dari persamaan regresi linear di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) konstanta atau β_0 dari persamaan regresi linear adalah sebesar 0,737 yang berarti tanpa adanya kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), fasilitas (X_3), maka kepuasan nasabah (Y) masih akan meningkat sebesar 0,737. Hal ini dikarenakan masih adanya faktor lain diluar faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar PT.BPRS Safir Kota Bengkulu.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,154 yang berarti jika kualitas produk tabungan wadiah pasar meningkat maka akan menyebabkan kenaikan terhadap kepuasan nasabah 0,154, dan variabel lain dianggap tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,617 yang berarti jika ada peningkatan kualitas pelayanan maka akan menyebabkan kenaikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,617, dan variabel lain dianggap tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X_3) adalah sebesar -0,004 yang berarti jika ada peningkatan kualitas pelayanan maka akan menyebabkan penurunan terhadap kepuasan nasabah sebesar -0,004, dan variabel lain dianggap tetap.
- b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah kualitas produk (X_1) kualitas pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Keputusan dari uji F ini bisa didapatkan dengan membandingkan antara nilai sig dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai sig kurang dari 0,05, maka kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berikut disajikan hasil dari penelitian untuk uji F:

Tabel 4.10

Hasil Uji F

ANOVA^b

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|----------------|----|-------------|---|------|
|-------|----------------|----|-------------|---|------|

| | | | | | | |
|---|------------|--------|----|-------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 25.580 | 3 | 8.527 | 55.587 | .000 ^a |
| | Residual | 12.885 | 84 | .153 | | |
| | Total | 38.465 | 87 | | | |

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji F di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai p-value (sig) adalah sebesar 0.000 yang berarti kurang dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) kualitas pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji statisti t menunjukkan seberapa jauh pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada PT.BPRS SAFIR. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig) < alpha 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan jika nilai signifikan (sig) > α (0,05) maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berikut disajikan hasil dari penelitian untuk uji t.

Tabel 4.11
Hasil Ujit

| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|

| | B | Std. Error | Beta | | |
|--------------------|-------|------------|-------|-------|------|
| 1 (Constant) | .737 | .253 | | 2.914 | .005 |
| Kualitas_Produk | .154 | .085 | .140 | 1.822 | .072 |
| Kualitas_Pelayanan | .617 | .072 | .733 | 8.574 | .000 |
| Fasilitas | -.004 | .076 | -.004 | -.053 | .958 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka dapat dilihat pada penjelasan berikut:

1. Nilai(sig) untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,072 yang berarti lebih besar dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah..
2. Nilai(sig) dari variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah .
3. Nilai(sig) dari variabel fasilitas (X_3) sebesar 0,958 yang berarti lebih besar dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan angka yang menyatakan besarnya sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel bebas terhadap naik turunnya variabel terikat. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagian *Adjusted R Square* tabel model Summary. Berikut disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .815 ^a | .665 | .653 | .39166 | 1.857 |

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* adalah 0,665. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,665. Sedangkan sisanya sebesar 0,335 dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, lokasi, promosi dan suasana.

C. Pembahasan

1. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Hasil dari perhitungan regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig yang kurang dari α (0,05) yaitu sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar, alasan nasabah menggunakan produk tabungan wadiah pasar karena kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, kualitas pelayanan yang diberikan mempermudah nasabah untuk menabung tanpa harus meninggalkan lapak dagangan, dan fasilitas yang menunjang untuk mempermudah transaksi. Oleh karena itu kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Setyowati Endang dan Purwogati Endah, yang menyatakan bahwa faktor kepuasan dapat diciptakan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas.

2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Hasil dari perhitungan regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk tidak ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini

dibuktikan dengan nilai sig yang lebih besar dari α (0,05) yaitu 0,072. Ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar tidak dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Artinya kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar karena produk tabungan wadiah pasar yang dirasakan nasabah hanya sebatas tempat menabung dari hasil pendapatan pedagang.

Kualitas produk dalam islam juga sangat diperhatikan karena merupakan bagian dari perusahaan memproduksi barang selain mendatangkan manfaat bagi konsumen juga memberikan keberkahan, oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap memiliki mutu dan kualitas yang baik. Berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh peneliti salah satu faktor ini ternyata tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar di tolak.

3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Hasil dari perhitungan regresi linear menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig yang lebih besar dari α (0,05) yaitu 0,000. Ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar

karena di PT.BPRS Safir lebih mengedepankan pelayanan yang mempermudah nasabah untuk menabung dan melakukan penarikan uang, sehingga nasabah tidak perlu meninggalkan lapak dagangannya, karena akan dijemput oleh tim *funding*.

Islam mengajarkan kepada kita jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa, maka harus dengan hasil yang berkualitas dan pelayanan baik pula.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh peneliti kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar di terima.

4. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Hasil dari perhitungan regresi linear berganda menunjukkan bahwa fasilitas tidak ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig yang lebih besar dari α (0,05) yaitu 0,958. Ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar tidak dipengaruhi oleh faktor fasilitas.

Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan., Berdasarkan pengujian yang dilakukan

oleh peneliti salah satu faktor ini ternyata tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar di tolak.

5. Besaran pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar

Dalam uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas berupa kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasarsebesar 0,665 atau 66,5% dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, promosi, lokasi dan suasana.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada PT.BPRS SAFIR Kota Bengkulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada α (5%) atau pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti 95% dari 88 data menunjukkan bahwa Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar. Hal tersebut dibuktikan melalui uji F (simultan) yang nilai sig kurang dari α (0,05) yaitu sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar, alasan nasabah menggunakan produk tabungan wadiah pasar karena kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, kualitas pelayanan yang diberikan mempermudah nasabah untuk menabung tanpa harus meninggalkan lapak dagangan, dan fasilitas yang menunjang untuk mempermudah transaksi. Oleh karena itu kualitas produk, kualitas

pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

2. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada α (5%) atau pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti 95% dari 88 data menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan melalui uji t (parsial) yang nilai sig lebih besar dari α (0,05) yaitu sebesar 0,072 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak Artinya kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar karena produk tabungan wadiah pasar yang dirasakan nasabah hanya sebatas tempat menabung dari hasil pendapatan pedagang, dan indikator yang paling dominan terhadap variabel X1 adalah indikator yang ke empat dengan nilai 351.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasarpada α (5%) atau pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti 95% dari 88 data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan melalui uji t (parsial) yang nilai sig lebih kecil dari α (0,05) yaitu sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. . Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar karena di PT.BPRS Safir lebih mengedepankan pelayanan yang mempermudah nasabah untuk menabung dan melakukan penarikan uang, sehingga nasabah tidak perlu meninggalkan lapak dagangannya,

karena akan dijemput oleh tim *fundings* setiap harinya, dan indikator yang paling dominan terhadap variabel X2 adalah indikator yang ke dua dengan nilai 304.

4. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar pada α (5%) atau pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti 95% dari 88 data menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan melalui uji t (parsial) yang nilai sig lebih besar dari α (0,05) yaitu sebesar 0,958 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, dan indikator yang paling dominan terhadap variabel X3 adalah indikator yang ke dua dengan nilai 300.
5. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah 0,665, yang berarti pengaruh Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah sebesar 66,5% sedangkan 33,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini yang tidak diteliti seperti harga, promosi, lokasi, suasana.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kualitas produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar, maka dari itu pihak PT.BPRS Safir perlu melakukan pengembangan produk dan inovasi- inovasi baru.

2. Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar, maka dari itu pihak PT.BPRS Safir perlu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan terhadap nasabah. Sehingga tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan pihak bank semakin meningkat.
3. Fasilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar, maka dari itu pihak PT.BPRS Safir perlu melakukan pengadaan fasilitas yang lebih lengkap untuk menunjang pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. *Marketing dan kasus-kasus pilihan* cetakan 1. Yogyakarta : CAPS, 2014
- Agung Kurniawan. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan, 2015
- Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- Antonio, Muhammad Syafi'I. *Bank Syariah'ah Dari Teori ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2013
- Atika Zahra ,*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta)*,(Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2017)
- Dirgantoro, Crown. *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia, 2014
- Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi*. Semarang : BP Undip, 2016
- Hasibuan, Melayu. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Toko Gunung Agung, 2016
- Intan Kamila, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug).(Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017)
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2013
- Irnia Fatmawati, *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga 2015)
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017
- Jurini, K.P.W. *Menetapkan Segmentasi Pasar*. (Bagian Proyek Pengembangan Kurikulum Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Depdiknas, 2013

- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014
- Kasmir. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT.Indeks, 2014
- Mamang Sangatji, Etta., Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, C.V.Andi Offset, 2013
- Mochammad Toriq, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 di Sidoarjo* (Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 8 (2014)
- Nasution M.N. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia. Indonesia, Jakarta, 2014
- Priyatno, Duwi. *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2017), h. 95-96
- Ratminto. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
- Riza Salman, Kautsar. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. Jakarta :Indeks, 2012
- Sampara, Lukman. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA LAN Press, 2013
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Salman Kautsar Riza. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*. Jakarta :Indeks, 2012
- Sastradipoera, Komaruddin *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Kappa-sigma, 2015
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2014 h.75
- Widiyanti, Ika. *Administrasi Perkantoran 1 Bidang Keahlian Bisnis Dan Manajemen*, Yudhistira. 2014
- Yamit. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty 2013
- Yusuf, Murni. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017

Dokumentasi Penelitian





