

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan dimana usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip – prinsip syariat islam.¹

Sistem perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.²

¹ Muhammad, *Manajemen bank syariah*, (Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN, 2002) hlm 15.

² <http://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Contents/Default.aspx> : diakses tanggal 23 Februari 2015, pukul 10.30.wib.

Proses globalisasi ekonomi telah memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan di Indonesia. Perkembangannya ditandai dengan semakin banyaknya bank dengan berbagai macam produk pelayanan yang ditawarkan kepada nasabahnya.³ Kondisi ini membuat adanya persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban perbankan untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut.

Untuk merespon kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih tahan terhadap krisis ekonomi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) BNI pada 29 April 2000 dengan berlandaskan pada Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Prinsip Syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat terbukti mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan sebuah sistem perbankan yang lebih adil dan lebih tangguh dalam menghadapi tempaan krisis moneter tahun 1997.

Bank BNI syariah menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip syariah dan memiliki produk dan jasa yang beragam untuk memenuhi kebutuhan nasabah. BNI syariah menyadari bahwa layanan yang diberikan tidak terbatas pada golongan muslim tetapi menyangkut seluruh golongan masyarakat yang menghendaki fasilitas perbankan yang nyaman, adil dan modern. Untuk itulah bank BNI syariah senantiasa melakukan peningkatan

³ Julius R. Latumaerissa, *Esensi-esensi perbankan internasional*, (Jakarta : Bumi aksara, 1996),hlm 8

kualitas produk, baik produk dana maupun produk pembiayaan serta terus menerus melakukan penyempurnaan pada fitur-fiturnya.⁴

Bank BNI Syariah merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat. Adapun produk tabungan yang paling diandalkan dan memiliki jumlah nasabah terbesar adalah Tabungan iB hasanah Tabungan iB hasanah ialah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad wadiah dalam mata uang rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

Tabungan iB hasanah menggunakan 2 akad pilihan dalam transaksinya yaitu akad mudharabah dan akad wadiah. Biaya yang digunakan pada produk tersebut lebih kecil dibanding dengan produk giro dan deposito. Selain itu produk tabungan iB hasanah dapat berguna untuk sarana investasi yang murni sesuai syariah, yang nasabah dapat melakukan penyetoran dan penarikan tunai dengan sangat mudah, bank juga dapat menjaga amanah dari nasabah sesuai dengan akad yang dilaksanakan. Pada dasarnya produk pendanaan merupakan dana pihak ketiga (nasabah) yang dititipkan atau disimpan oleh bank dengan penarikan yang dapat dilakukan setiap saat tanpa harus memberi tahu pihak bank terlebih dahulu.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, jenis dan mutu produk itu sangat penting. Perusahaan yang jenis produknya sangat inovatif, bermutu

⁴ <http://www.bnisyariah.co.id/karir> diakses pada 1 April jam 11.20

tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut.⁵

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perbankan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan.⁶ Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perbankan. Semakin tinggi kepuasan para nasabah, berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabah. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan keunggulan suatu layanan. Kualitas layanan harus

⁵ Didi kurniawan, *Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (Bank BPD DIY syariah)*. (Yogyakarta: UIN sunan kalijaga 2013), hlm 13

⁶ Dewi Yanti Sudirman, *pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Nasabah produk tabungan britama pada pt. Bank Rakyat indonesia (persero) tbk cabang a. Yani* (Makassar : Universitas Hasanuddin Makassar, 2011), hlm 11

dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan.⁷

Kualitas layanan mendorong nasabah untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perbankan sehingga berdampak kepada peningkatan suatu produk. Kualitas layanan sangat penting dalam mempertahankan nasabah dalam waktu yang lama. Perbankan yang memiliki layanan yang baik dan berkualitas akan dapat memaksimalkan performa keuangan perbankan. Semakin tinggi kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap perbankan tersebut. Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perbankan, terutama dari dukungan sumber daya manusianya.

Adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, nasabah akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar – benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan kenyamanan bagi nasabah. Bank juga harus dapat mengenali kebutuhan dan keinginan nasabah.

⁷ Khusnul Khotimah, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Semarang*, (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2011), hal 7.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah perbankan harus dapat meningkatkan kualitas layanan maupun keunggulan produknya. Pelaku bisnis harus memperhatikan pengaruh dari kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah ini memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah perbankan untuk dapat bertahan, bersaing yang menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata nasabahnya.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya. Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Begitu pula sebaliknya, jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas dan bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan.⁸

Layanan yang baik dalam sebuah perbankan akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri, begitu pula kualitas produk yang ditawarkan bank kepada nasabahnya yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi jasaperbankan. Oleh karenanya, sebuah perbankan harus memeperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam meniptakan kepuasan nasabah terhadap perusahaan itu tidak mudah.

⁸ Didik Isnadi, *Analisi pengaruh customer relationship marketing terhadap nilai nasabah dan keunggulan produk dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah*, (Yogyakarta : Universitas Diponegoro, 2005), hlm 2.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul **“PENGARUH PRODUK TABUNGAN IB HASANAH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG PALEMBANG JL. JENDRAL SUDIRMAN KM 3,5 “**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan dipecahkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang ?
2. Seberapa besar pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah kantor cabang Palembang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah kantor cabang Palembang dan seberapa besar pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah cabang Palembang.

2. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari ekonomi Islam.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Bank Untuk bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan

Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang dalam menentukan produk dan memberikan pelayanan kepada para nasabah.

2) Bagi penulis

Tulisan ini memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai perbankan syariah khususnya produk dan kualitas layanan serta memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Ekonomi Islam.

3) Bagi Akademisi

Menambah khasanah pengetahuan dalam pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah kantor cabang Palembang serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN Latar belakang penulisan skripsi, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS, bab ini berisi tentang pemasaran, bank syariah, tabungan ib hasanah, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, hubungan produk tabungan ib hasanah dengan kepuasan nasabah, kerangka piker dan hipotesis.

Bab III METODELOGI PENELITIAN, bab ini berisikan jenis penelitian, defenisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV PEMBAHASAN, Hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan data pengaruh kualitas pelayanan dan tabungan iB hasanah terhadap kepuasan pada bank BNI syariah cabang Palembang Jl. Jendral Sudirman km 3,5.

Bab V PENUTUP, bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk dunia perbankan di Indonesia.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

Strategi pemasaran dirancang untuk meningkatkan peluang yang dapat membuat konsumen memiliki anggapan dan perasaan positif terhadap produk. Seperti pada jasa dan merek tertentu, serta konsumen akan mencoba produk tersebut dan akan membuat konsumen kemudian membeli jasa atau merek tersebut berulang-ulang.

Banyak defenisi pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, namun bila di bandingkan satu dengan yang lainnya maka pada dasarnya pengertian dan tujuannya adalah sama. Dalam memberikan pengertian pemasaran, penulis mengutip pendapat dari beberapa ahli pemasaran sebagai berikut :

Pemasaran dapat difenisikan sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.⁹

Pemasaran merupakan system total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga dan mendistribusikan produk, jasa

⁹ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh*, (Jakarta : Penerbit PT. Prenhalindo, 2007), hlm 6.

dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.¹⁰

B. Perbankan Syariah

Berikut ini beberapa dari pengertian Bank Syariah, yaitu:

1. Bank syariah adalah bank yang dalam kegiatannya, baik dalam menghimpun dana maupun dalam rangka menyalurkan dananya menggunakan imbalan berdasarkan prinsip syariah (bagi hasil bank syariah).¹¹
2. Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yakni beroperasi dengan tata cara yang mengacu pada Al Qur'an dan Hadits, khususnya yang menyangkut cara bermuamalah sesuai ajaran Islam.
3. Bank Syariah merupakan lembaga perantara (*intermediary*) antarasatuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (*surplus unit*) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*) melalui bank kelebihan dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.¹²
4. Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan

¹⁰ Tjiptono, Fandy dan Gregodius Chandra, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2005). hlm 2

¹¹ Susilo, Triandaru dan Totok "Apa dan Bagaimana Bank Islam". (Jakarta : Mustika, 1992), hlm 28.

¹² Arifin, Zainul. "Dasar-dasar manajemen Bank Syariah". (Tangerang : Azkia Publisher, 2006), hlm 23.

tugasnya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Secara garis besar produk perbankan syariah dpt dibagi menjadi 3 yaitu *Produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, & produk jasa* yg diberikan bank kepada nasabahnya.

1. Produk Penyaluran Dana

a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*), dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan & termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat 3 jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja & investasi dalam bank syariah, yaitu:

- 1) *Ba'i Al Murabahah*, jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.
- 2) *Ba'i Assalam*, jual beli ini nasabah sebagai pembeli & pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan & sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan & pembayaran dilakukan dengan segera.

- 3) *Ba'i Al Istishna* merupakan bagian dari *Ba'i Asslam* namun *ba'i al ishtishna* biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan *Ba'i Al Ishtishna* mengikuti *Ba'i Assalam* namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran.
- b. Prinsip Sewa (*Ijarah*) adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.
 - c. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*) terdapat 2 macam produk, yaitu:
 - 1) Musyarakah adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat 2 pihak atau lebih yang bekerjasama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tdk berwujud. Dalam hal ini seluruh pihak yang bekerjasama memberikan kontribusi yang dimiliki baik itu dana, barang, skill, ataupun aset-aset lainnya. Yang menjadi ketentuan dalam musyarakah adalah pemilik modal berhak dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan pelaksana proyek.
 - 2) Mudharabah adalah kerjasama 2 orang atau lebih dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada

pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan. Perbedaan yang mendasar antara musyarakah dengan mudharabah adalah kontribusi atas manajemen & keuangan pada musyarakah diberikan & dimiliki 2 orang atau lebih, sedangkan pada mudharabah modal hanya dimiliki satu pihak saja.

2. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan, & deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:

- a. Prinsip Wadiah adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.
- b. Prinsip Mudharabah. Dalam prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

3. Produk Jasa Perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun & menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

- a. Sharf (Jual Beli Valuta Asing) adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut.
- b. Ijarah (Sewa) adalah menyewakan simpanan (safe deposit box) & jasa tata-laksana administrasi dokumen (custodian), dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

C. Tabungan IB Hasanah

1. Pengertian Tabungan iB Hasanah

Tabungan iB Hasanah adalah produk simpanan atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang sesuai dengan prinsip syariah dan mempunyai berbagai fasilitas untuk nasabah perorangan ataupun non-perorangan dalam mata uang rupiah. Produk adalah sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing, atau perusahaan.¹³

¹³ Wijayanti, Titik Ir MM. *Marketing Plan, perlukah?*. (Jakarta: Elex Media Komputindo,2012),hlm 13.

Islam telah mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ
 اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“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.¹⁴

Dalam beberapa waktu terakhir ini perhatian terhadap konsumen telah menjadi peran penting dalam setiap kegiatan perusahaan. Memberikan pelayanan yang terbaik akan dilakukan demi terjadinya pembelian ulang (*re-buying*) oleh konsumen dan terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan secara terus-menerus dan berkelanjutan. Kualitas produk (baik barang maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi gethok tular (*word-of-mouth communication*), pembelian ulang, kepuasan pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas.

¹⁴ Q.S Al-baqarah ayat 267

Kualitas produk merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salahsatu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.¹⁵

2. Fasilitas Tabungan iB Hasanah
 - a. Buku Tabungan.
 - b. BNI Syariah *Card Silver*.
 - c. Layanan E-banking berupa, SMS Banking, Internet Banking dan Phone Banking.
3. Berdasarkan hasil wawancara dengan sdr. Nida salah seorang *customer service* Bank BNI Syariah cabang Semarang, beliau menjelaskan beberapa manfaat dari Tabungan iB Hasanah sebagai berikut:
 - a. Nasabah mendapatkan bagi hasil bulanan.
 - b. Nasabah dapat berinfaq, berzakat dan bershodaqoh secara otomatis melalui rekeningnya.

¹⁵ Nasution, M.N. *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001), hlm 17

4. Persyaratan Pembuatan Rekening Tabungan iB Hasanah

- a. Kartu identitas asli berupa KTP atau Paspor atau SIM untuk nasabah perorangan.
- b. Legalitas perusahaan untuk nasabah non perorangan atau nasabah perusahaan.
- c. Untuk nasabah perorangan setoran awal minimal Rp 100.000,- berlaku pada akad *wadiah* dan *mudharabah*.
- d. Untuk nasabah non perorangan setoran awal minimal Rp 1.000.000,- berlaku untuk akad *wadiah* dan *mudharabah*.

Menurut pengamatan penulis dalam melakukan penelitian, dari data di atas bahwa semua yang tercantum tersebut sudah benar-benar berjalan di kantor Bank BNI Syariah sesuai dengan ketentuan di atas. Dalam hal keunggulan dan manfaat dari Tabungan iB Hasanah tersebut sudah berjalan sesuai uraian di atas, dalam hal persyaratan pun sudah berjalan sesuai ketentuan yang telah disebutkan di atas. Produk Tabungan iB Hasanah ini juga sudah berjalan sesuai dengan ketentuan Fatwa MUI No. 02/DSN-MUI/VI/2000 yang menjelaskan tentang tabungan dengan akad *mudharabah* dan akad *wadiah*.

D. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

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

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.

Menurut Djaslim Saladin "Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank".¹⁶ Komaruddin dalam menyatakan bahwa "Nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank".¹⁷

Dari pengertian di atas penulis memberikan kesimpulan bahwa "Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank".

2. **Klasifikasi Nasabah**

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/ 26 /PBI/2009 tentang prinsip kehati-hatian dalam melaksanakan kegiatan structured product bagi Bank Umum, nasabah diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

a. Nasabah Profesional

Nasabah digolongkan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan risiko dari structured product dan terdiri dari:

- 1) Perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang terdiri dari bank, perusahaan efek, perusahaan pembiayaan atau pedagang berjangka sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perbankan, pasar

¹⁶ Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta : CV Rajawali, 1994), hlm 25.

¹⁷ Komaruddin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta : CV. Rajawali. 1994)

modal, lembaga pembiayaan dan perdagangan berjangka komoditi yang berlaku.

2) Perusahaan dengan modal lebih dari Rp. 20.000.000.000,-(dua puluh miliar rupiah) atau ekuivalennya dalam valuta asing dan telah melakukan kegiatan usaha paling kurang 36 bulan berturut-turut.

b. Nasabah Eligible

Nasabah digolongkan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan risiko dari structured product dan terdiri dari:

1) Perusahaan yang bergerak di bidang keuangan berupa dana pensiun atau perusahaan perasuransian sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan di bidang dana pensiun dan usaha perasuransian yang berlaku.

2) Perusahaan dengan modal setidaknya Rp. 5.000.000.000,-(lima miliar rupiah) atau ekuivalennya dalam valuta asing dan telah melakukan kegiatan paling kurang 12 bulan berturut-turut.

3) Nasabah perorangan yang mempunyai portofolio aset berupa kas, giro, tabungan paling kurang Rp. 5.000.000.000 (lima miliar rupiah).

- c. Nasabah Retail adalah nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah profesional dan eligible.

Structured Products adalah produk Bank yang merupakan penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrumen keuangan berupa instrumen keuangan non derivatif dengan derivatif atau derivatif dengan derivatif dan paling kurang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Nilai atau arus kas yang timbul dari produk tersebut dikaitkan dengan satu atau kombinasi variabel dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi dan/ atau ekuitas.
- 2) Pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak reguler apabila dibandingkan dengan pola perubahan variabel dasar sebagaimana dimaksud pada huruf a sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tersebut tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variabel dasar secara linear.

E. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan didefinisikan oleh Kotler sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-

harapannya.¹⁸ Pada umumnya, harapan-harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.¹⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh adanya kesesuaian rasa antara harapan awal pelanggan sebelum mengkonsumsi produk atau jasa dengan kinerja dan manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Apabila pelanggan mendapat kinerja dan manfaat di bawah harapan yang mereka inginkan, maka pelanggan tentu akan merasa kecewa atau tidak puas. Sebaliknya, apabila pelanggan mendapat kinerja dan manfaat yang sama atau bahkan di atas harapan mereka, maka pelanggan akan merasa puas dan bahkan sangat puas terhadap produk atau jasa yang telah mereka pilih untuk dikonsumsi.

2. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya :²⁰

¹⁸ Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. (Jakarta : Indeks, 2007), hlm 32.

¹⁹ Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. (Yogyakarta : Andi, 2003), hlm 43.

²⁰ *ibid.*, hlm 22

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan nasabah atau konsumen tentu perlu adanya kualitas pelayanan karyawan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang baik maka perusahaan sebelumnya hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif memotivasi karyawan dan meningkatkan produktifitas karyawan dan akan menciptakan karyawan yang berkualitas memberikan kualitas pelayanan yang efektif pada nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dan Keller, 2006). Sama seperti kualitas produk, yang menilai pelayanan itu berkualitas atau tidak adalah

berdasarkan persepsi atau sudut pandang pelanggan. Pernyataan tersebut ditegaskan oleh Parasuraman, *et al.* (1988) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*).

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk atau jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Islam telah mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Adapun karakteristik layanan menurut adalah :²¹

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Maksudnya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

b. *Variability* (berubah-ubah)

²¹ Fandy tjiptono, *prinsip-prinsip total quality service*, (Yogyakarta : Andi. 2003), Hlm 15-

Artinya kualitas, bentuk, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

c. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/pelayanan. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa/pelayanan yang bersangkutan.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Berarti jasa/pelayanan merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk memakai ulang diwaktu akan datang dijual kembali, dikembalikan.

2. Kualitas pelayanan jasa bank

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja. Tetapi banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati pelayanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan terbagi atas dua :²²

a. Kualitas layanan internal

Yang berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi Kualitas pelayanan internal adalah :

1) Pola manajemen umum perusahaan

²² Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*. Cetakan pertama. (Yogyakarta : Graha Ilmu. 2010), Hlm 45-46

- 2) Penyediaan fasilitas pendukung
 - 3) Pengembangan sumber daya manusia
 - 4) Iklim kerja dan keselarsan hubungan kerja
 - 5) Pola insentif
- b. Kualitas pelayanan eksternal

Mengenai kualitas pelayanan eksternal kualitas pelayanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu :

- 1) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- 2) Yang berkaitan dengan peyediaan barang

3. Penelitian terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Variabel	Metode dan Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Dewi Yanti Sudirman (2011)	Indevenden: Kualitas Layanan, produk tabungan Britama Devenden: Kepuasan Nasabah	Menggunakan analisis regresi berganda dengan hasil kesimpulan bahwa variable Indevenden memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan untuk <i>Realibility</i>	Indevenden yang di gunakan menggunakan Produk Tabungan BRItama pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	Mengunaka n anlisis regresi berganda dan dengan variable devenden sama yang di gunakan
2.	Ach. Satria Rizky (2013)	Independen : kualitas pelayanan Dependen : perilaku	Menggunakan analisis regresi sederhana dengan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan	Dependen yang digunakan perilaku konsumen pada Bank	Variabel independen yang digunakan sama yaitu kualitas

		nasabah	berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku nasabah pada bank BTN Syariah cabang Palembang.	BTN Syariah Cabang Palembang.	pelayanan.
3.	Rachmad Hidayat	Independen : Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Dependen : Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Kualitas layanan Kualitas produk Nilai bagi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai bagi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Independen yang digunakan nilai nasabah dan dependen yang digunakan adalah loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.	Salah satu variabel independen dan dependen yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.
4.	Diah Dharmayanti	Independen : service performance dan kepuasan Dependen : loyalitas nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara <i>service performance</i> dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderator dapat lebih menjelaskan variasi loyalitas nasabah daripada masing-masing variabel.	Independen yang digunakan adalah service performance dan dependen adalah loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Syariah Cabang Surabaya	Variabel yang digunakan yaitu kepuasan pada Bank Mandiri Cabang Surabaya.
5.	Ayu nursalamin (2015)	Independen : kualitas pelayanan Dependen :	Hasil penelitian diketahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan	Menggunakan variabel independen kualitas pelayanan

		kepuasan nasabah	sebesar 84,5% berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.	dan kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Cirebon	dan depdenden kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Cirebon
6.	Azrina Susanti, Muhammad Syamsun dan Amiruddin Saleh	Independen : pelayanan dan kepuasan Dependen : mutu produk dan pelayanan kredit	Hasil penelitian diketahui pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Variabel dependen yang digunakan mutu produk dan pelayanan kredit pada bank BNI	Variabel independen yang digunakan adalah pelayanan pada Bank BNI
7.	Gerardo Andrew Tumangke ng	Independen : Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Pelanggan Kpr Bank Btn Cabang Manado	Hasil penelitian menunjukan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasaan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.	Independen yang digunakan adalah suku bunga dan produk yang digunakan adalah KPR pada Bank BTN cabang Manado.	Variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan dependen yang digunakan adalah kepuasan nasabah pada bank BTN cabang Manado.
8.	Mudzakir Ilyas (2011)	Independen : kualitas pelayan Depnden :	Menggunakan uji regresi berganda dengan hasil penelitian bahwa variabel kualitas	Dependen yang digunakan adalah loyalitas	Independen yang digunakan adalah kualitas

		loyalitas nasabah	pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah	nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) cabang Syariah Palembang.	pelayanan.
9.	Mochamad Afif	Independen : kepercayaan merk dan kualitas layanan Dependen : Loyalitas nasabah	Menggunakan uji regresi berganda dengan hasil penelitian bahwa kepercayaan merk dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank CIMB Niaga di Surabaya	Independen yang digunakan adalah kepercayaan merk (<i>brand trust</i>) dan dependen yang digunakan adalah loyalitas nasabah bank CIMB Niaga di Surabaya	Menggunakan Spss ver 16 dengan menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan.

Sehubungan dengan hal tersebut dalam penelitian ini menggunakan beberapa Kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan berdasarkan pada beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

- a. Obyek penelitian adalah kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang.
- b. Variabel yang diteliti adalah Kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah.

4. Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (independen) *Kualitas pelayanan* dan *Tabungan iB hasanah* terhadap variabel terikat (dependen) *Kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang*. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesisnya adalah:

1. **Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang**

$H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang.

$H_1: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah konsep yang berbeda dengan argumen bahwa kualitas layanan yang dipersepsikan merupakan suatu bentuk sikap, yaitu evaluasi menyeluruh dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan menunjukkan ukuran transaksi tertentu. Oleh karena itu kepuasan berlangsung dalam jangka waktu yang pendek.

Semakin tinggi kualitas layanan yang dipersepsikan, semakin meningkat kepuasan pelanggan.²³

Kualitas layanan dan kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan konsumen berarti perusahaan telah memberikan kualitas layanan yg diharapkan konsumen dengan maksimal. Suatu layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Menurut Kotler, kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Parasuraman (1985) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pembeli mengenai kualitas layanan. Apabila kualitas layanan memberikan suatu yang sesuai dengan persepsi konsumen maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.²⁴

2. Tabungan iB Hasanah terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang.

$H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah cabang Palembang.

²³ Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Manajemen : 2007, Vol.1 No.1), hlm 93-110.

²⁴ Ibid Hlm10, Hlm 87.

$H_1: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah cabang Palembang.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan.

Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan tersebut ditegaskan pula oleh Chase dan Aguilano dalam Sururi dan Astuti (2003) yang berpendapat bahwa kualitas dari suatu produk ditentukan oleh pelanggan melalui karakteristik yang ada pada suatu produk dan jasa, di mana puas tidaknya pelanggan dipengaruhi oleh nilai yang didapat dengan mengkonsumsi suatu produk. Jadi, apabila pelanggan menilai bahwa produk tersebut berkualitas, maka otomatis pelanggan tersebut telah merasakan kepuasan melalui produk itu. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan dan Tabungan IB Hasanah Terhadap kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

$H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah cabang Palembang.

$H_1: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah cabang Palembang.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachmat Hidayat (2009) Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.11, No. 1, Maret 2009: 59-72) dengan variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah. Memiliki hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan dan kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan. Dimana jika kualitas pelayanan dan kualitas produk meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu kesimpulan.²⁵ Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.²⁶ Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data kualitas layanan dan produk tabungan ib hasanah di Bank BNI syariah Cabang Palembang dan kepuasan nasabah pada Banki BNI syariah Cabang Palembang.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan IB Hasanah Variabel Bebas (Independent Variabel)

Kualitas pelayanan sebagai variable X1 adalah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada

²⁵Soemanto, *Jurnal Metodologi Penelitian*. Vol. 6 No. 1, 15. Agustus 2009

²⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Cet. 13* (Jakarta: PT. Renika Citra, 2006), hlm. 12

persepsi pelanggan. Data kualitas yang digunakan dari kuesioner yang disebarakan pada nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang , dan data produk tabungan iB Hasanah sebagai variable X2 memiliki pengertian sebagai produk simpanan atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang sesuai dengan prinsip syariah dan mempunyai berbagai fasilitas untuk nasabah perorangan ataupun non-perorangan dalam mata uang rupiah.

2. Kepuasan Nasabah (variabel terikat/ Dependent Variabel)

Kepuasan nasabah sebagai variable Y adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah produk tabungan ib hasanah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang, kualitas pelayanan yang diperoleh dari hasil sebaran kuesioner pada nasabah bank BNI Sayiah cabang Palembang dan kepuasan nasabah yang juga diperoleh dari hasil kesioner yang disebarakan. Dan sampel adalah bagian dari jumlah dan

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 115

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁸ Metode penentuan sampel menggunakan Metode sampling acak (*random sampling*), yaitu²⁹ teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu. Jumlah sampel yang digunakan didalam penelitian ini sebanyak 60 orang nasabah.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data kualitas pelayanan Bank BNI Syariah Cabang Palembang, Kualitas produk Tabungan IB Hasanah, dan data kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang dimaksud adalah jawaban responden terhadap kualitas pelayanan dan produk tabungan iB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

²⁸*Ibid.*, hlm. 116

²⁹Syofian Siregar, "*Statistika Deskriptif untuk Penelitian*". (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 148

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang ditulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan/pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.³⁰

Kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

1. Sangat Memuaskan (SM)
2. Memuaskan (M)
3. Netral (N)

³⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Alfabeta, 2004), hlm. 199

4. Tidak Memuaskan (TM)
5. Sangat Tidak Memuaskan (STM)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Statistik Deskriptif. Metode deskriptif kuantitatif yaitu metode analisis data yang menggambarkan perhitungan angka-angka dan dijelaskan hasil-hasil perhitungan berdasarkan literatur yang ada dan teknik analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran suatu data. Dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Tabungan Ib Hasanah Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Palembang Jl. Jendral Sudirman Km 3,5

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Metode analisis regresi linier berganda ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 yang merupakan salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengelola data statistik.

Maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana Y adalah variabel dependen (terikat), X adalah variabel independen (bebas)

Keterangan:

Y : Kepuasan Nasabah

X1: Kualitas Pelayanan

X2: Produk Tabungan iB Hasanah

A : konstanta

β : koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas.
(Kemiringan)

e : Standar Error

2. Uji Reabilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesiner tersebut.

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R Square)

Model regresi dapat diterangkan dengan menggunakan nilai koefisien determinasi ($KD = r^2 \times 100\%$) semakin besar nilai tersebut maka model semakin baik. Jika nilai mendekati 1 maka model regresi semakin baik. Karena nilai koefisien determinasi adalah dari 0 – 1.

b. Uji F

Uji ini bertujuan untuk mengetahui variabel independent dalam hal ini gaya kepemimpinan yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependent (kinerja). Oleh karena itu, untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji F, yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Untuk uji signifikan model regresi, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan dk (1:n-2) maka dapat disimpulkan bahwa model yang diperoleh signifikan.

c. Uji T dan Signifikan

Uji signifikan adalah uji yang dilakukan untuk menentukan arah hipotesis diterima atau ditolak. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, atau bisa juga dengan signifikansi di bawah 0,05 untuk penelitian sosial. Uji signifikan ini dilakukan terhadap hipotesis nilai H_0 , yang berbunyi “tidak ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y”. H_0 ditolak apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}

($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan dapat diterima apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$).

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas³¹ bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2005). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilakukan dengan cara :

1. Menganalisis Matrik Korelasi Antar Variabel Independen.

Matrik korelasi antar variabel independen menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen, jika antar variabel

³¹Saniman Widodo, "Analisis Pengaruh Aktivitas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar Terhadap Return Saham Syariah dalam Kelompok JII Tahun 2003- 2005", <http://eprints.undip.ac.id.html>, (diakses 18 Januari 2015,pukul 20.00 wib).

independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.

2. Menganalisis Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan setiap variable independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi, nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah dengan nilai $VIF > 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara uji grafik dilakukan dengan menganalisis grafik normal plot antara nilai prediksi variabel independen dengan residualnya. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel independen dengan residualnya.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, salah satunya adalah uji Durbin – Watson (D-W test).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Bank BNI Syariah Cabang Palembang

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.³²

BNI Syariah Cabang Palembang didirikan pada tanggal 15 Agustus 2002. Adapun yang mendorong manajemen BNI untuk mengembangkan layanan perbankan syariah, di samping adanya dukungan pemerintah melalui perundang-undangan, juga didasarkan pada potensi pasar yang cukup menjanjikan untuk produk-produk perbankan berbasis syariah.

³²<http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah> di akses tanggal 6 maret 2015 pukul 20.30 wib.

2. Visi dan Misi BNI Syariah

a. Visi BNI Syari'ah

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

b. Misi BNI Syariah

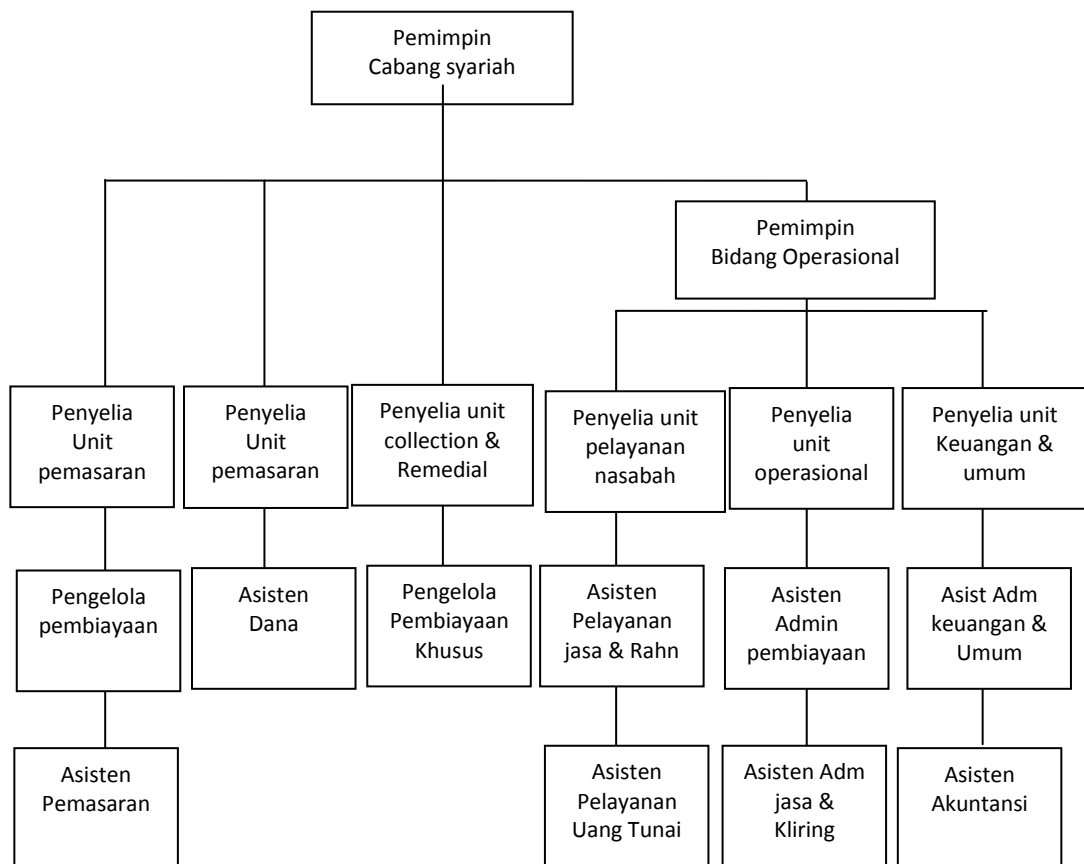
- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI

PT. BNI SYARIAH (PERSERO) Tbk Cabang Palembang



Sumber : PT. BNI Syariah (persero) Tbk. Cabang Palembang tanggal 20 maret 2015

Dari bagan Struktur organisasi tersebut, terlihat adanya pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam lingkungan BNI Syari'ah cabang Palembang berdasarkan struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut:

a. Pemimpin Cabang

Pemimpin kantor cabang memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Memimpin segala kegiatan cabang Syari'ah.
- 2) Menyusun arahan kerja bagi aparat cabang bank Syari'ah.
- 3) Menentukan kebijakan umum BNI syari'ah sesuai dengan tujuan bank.
- 4) Mengendalikan dan mengawasi proses harian dan manajemen bank.

b. Pemimpin Bidang Operasional

- 1) Menyediakan seluruh aktifitas pelayanan nasabah serta memastikan pelayanan yang optimal.
- 2) Memutus Pembiayaan produktif (sebagai rekomendator) maupun consumer baru/ tambahan cabang sesuai kewenangan.
- 3) Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktifitas harian operasional layanan nasabah dalam rangka memberikan pelayanan dan peningkatan bisnis untuk memaksimalkan kontribusi laba terhadap laba BNI Syari'ah secara keseluruhan.

- 4) Memberikan masukan kepada Pimpinan Cabang mengenai pengelolaan dan pengalokasian sumber daya manusia, fasilitas dan aktifitas pegawai.
 - 5) Penyediaan sarana dan kesepakatan unit terkait dalam hal memasukan/umpan bail melalui pertemuan rutin dalam usaha memasukan/umpan balik melalui pertemuan rutin dalam usahan pelaksanaan dan perbaikan kualitas pelayanan.
- c. Kontrol Intern (auditor)
- 3) Melakukan verifikasi semua transaksi keuangandan melihat kesesuaiannya dengan garis umum kebijakan dewan komisaris dan peraturan lain yang tetapkan RUPS.
 - 4) Memberikan laporan-laporan yang dibuat oleh bidang pembiayaan.
 - 5) Memberikan rekomendasi kepada dewan direksi.
 - 6) Melakukan supervise atau cabang secara keseluruhan
 - 7) Mencari alternative pengembangan dari system yang telah dipergunakan
- d. Unit Pemasaran
- 1) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan memasarkan produk pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumen kepada nasabah.
 - 2) Barperan aktif dalam kegiatan memeriksa kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumen.

- 3) Mendukung dan mensupport berjalannya program-program peningkatan budaya pelayanan.
 - 4) Berperan aktif dalam menyelesaikan temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal Bank BNI Syariah.
- e. Unit Keuangan dan Umum
- 1) Mengelola system otomatis di kantor cabang dan kantor layanan
 - 2) Mengelola kebenaran dan system transaksi keuangan kantor cabang dan kantor cabang pembantu
 - 3) Mengendalikan transaksi pembukuan kantor cabang dan kantor cabang pembantu
 - 4) Membantu penyelesaian temuan audit internal maupun eksternal (DAI, BQA, BI, DII)
 - 5) Berpertidipasi aktif dalam gugus tugas khusus dalam komite yang dibentuk oleh pemimpin cabang dan pemimpin cabang pembantu.
 - 6) Berpartisipasi aktif dalam mengelola masalah kepegawaian
- f. Unit Operasional
- 1) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan mengelola administrasi pembiayaan dan portepel pembiayaan.
 - 2) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan memantau proses pemberian pembiayaan (memastikan proses pembiayaan telah sesuai dengan prosedur)
 - 3) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan mengelola transaksi dan administrasi kliring

- 4) Menyelia langsung dan aktif dalam kegiatan mengelola daftar hitam/nasabah cek kosong
- 5) Membuat usulan penutupan rekening untuk nasabah penarik cek/billyet giro kosong sesuai ketentuan, menyanpaikan copy surat peringatan kepada unit pelayanan nasabah untuk pemantauannya
- 6) Melakukan pelaporan kepada pihak internal dan eksternal, antara lain Bank Indonesia

g. Unit Proses

- 1) Melakukan verifikasi data aplikasi dan kelengkapan dokumen penunjang pembiayaan consumer
- 2) Melakukan taksasi terhadap agunan yang dikelola melalui kerjasama dengan Developer, Dealer, atau Institusi.
- 3) Melakukan hertaksasi terhadap agunan nasabah exliting
- 4) Membantu melakukan review atas pekerjaan transaksi agunan yang dilakukan oleh appraisal independent/ eksternal apabila dipandang perlu karena daianggap tidak wajar.
- 5) Melakukan analisa pembiayaan konsemer skorsing dan membuat pengusulan
- 6) Berperan aktif dalam menyelesaikan temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal BNi Syari,ah

h. Unit Pemasaran Dana dan SCO

- 1) Berperan aktif dalam melakukan kegiatan memasarkan produk dana dan jasa BNI Syariah
 - 2) Memasarkan produk/jasa perbankan, peneliti ekonomi daerah dan penyusun peta bisnis
 - 3) Membina hubungan dan memantau aktifitas nasabah dana
 - 4) Membantu melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan produk-produk Syariah yang dilakukan oleh asisten/pelaksanaan di kantor cabang / KLN BNI.
 - 5) Berperan aktif dalam menyelesaikan temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal BNI Syariah.
- i. Unit Collection dan remedial
- 1) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan pemantauan proses penagihan dan pemantauan penyelesaian kewajiban pembiayaan NPF produktif ritel dan pembiayaan consumer kolektibilitas 3,4,5 serta hapus buku
 - 2) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan pemeriksaan laporan kunjungan setempat hasil penagihan pembiayaan
 - 3) Berpartisipasi aktif dalam kegiatan pemantauan kewajiban nasabah pembiayaan produktif ritel kolektibilitas 1 dan 2
- j. Unit Pelayanan nasabah
- 1) Melakukan penyelia atas kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk dana/jasa Bank BNI Syariah yang dilakukan oleh asisten/pelaksana.

- 2) Melakukan penyelia atas kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk jasa/transaksi luar negeri yang dilakukan oleh asisten/pelaksana sesuai kewenangan
- 3) Melakukan penyelia atas kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan transaksi jasa dalam negeri yang dilakukan oleh asisten/pelaksana

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah Bank BNI syariah cabang Palembang itu sendiri. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 60 responden/orang. Pertanyaan yang penulis ajukan kepada responden sebanyak 10 (sepuluh) pertanyaan tentang kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Palembang. Keseluruhan kuisioner ini diolah dengan bantuan SPSS versi 16.

Setelah melakukan pengkoreksian terhadap jawaban responden maka dilakukan skoring terhadap jawaban tersebut. Dalam hal ini digunakan angka 1 sampai 5 untuk mencari skor jawaban responden tersebut dengan menggunakan skala likert.

Adapun karakteristik responden adalah sebagai berikut :

a. Responden berdasarkan umur

Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seseorang mempengaruhi hasil kinerja dan kematangan dalam berfikir, berikut data responden di Bank BNI Syariah cabang Palembang :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia Respoden (tahun)	Jumlah	Presentase
< 20	5	13,33
20 – 29	14	23,33
30 – 39	24	40
40 – 49	11	18,33
> 50	6	10
Total	60	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2015

Dari tabel terlihat bahwa jumlah responden yang berusia >50 berjumlah 6 orang dengan persentase 10%, 40-49 berjumlah 10 orang dengan persentase 18,33%, 30 – 39 berjumlah 24 orang dengan persentase 40%, 20-29 berjumlah 14 orang dengan persentase 23,33%, < 20 berjumlah 5 orang dengan persentase 13,33. Dapat dilihat dari usia

responden tersebut bahwa sebagian besar pemegang produk Tabungan iB hasanah adalah berumur antara 30 – 40 tahun.

b. Responden berdasarkan pendidikan

Pengelompokkan responden berdasarkan pendidikan, karena pendidikan merupakan salah satu faktor pola pikir responden. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin teliti juga apa yang akan dilakukan. Begitu juga dalam pemilihan keputusan nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Palembang.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
> SMU	0	0
SMU	5	8,33
D III	17	28,33
S I	28	46,67
S II dan III	10	16,67
Total	60	100

Sumber : data primer yang sudah diolah, 2015

Dari tabel terlihat bahwa jumlah responden yang dibawah SMU adalah 0, SMU berjumlah 5 orang dengan presentase 8,33%, DIII berjumlah 17 orang dengan presentase 28,33, SI berjumlah 28 orang dengan presentase 46,67 %, SII dan SIII berjumlah 10 orang dengan

presentase 16,67%. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa data responden penelitian kebanyakan berpendidikan S1.

c. Responden berdasarkan jenis kelamin

Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah lebih kecil dibanding dengan jenis kelamin perempuan dari keseluruhan jumlah responden. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Wanita	36	60
Laki – Laki	24	40
Total	60	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 24 orang dengan presentase sebesar 40% sedangkan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 36 orang dengan presentase sebesar 60% dari keseluruhan responden yang berjumlah 60 orang.

C. Analisis data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner adalah valid sehingga dapat diolah dan dianalisa lebih lanjut. Suatu angket dapat dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu mengungkapkan suatu yang akan dapat diukur oleh angket tersebut. Suatu angket dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif. Uji validitas selengkapnya dari butir-butir pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5

Uji Validitas

Butir Pertanyaan	Validitas		
	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0.831	0.258	Valid
X2	0.473	0.258	Valid
X3	0.868	0.258	Valid
X4	0.865	0.258	Valid
X5	0.842	0.258	Valid
X6	0.826	0.258	Valid
X7	0.422	0.258	Valid
Y1	0.887	0.258	Valid
Y2	0.558	0.258	Valid
Y3	0.434	0.258	Valid

Sumber : Olah data peneliti (2015)

2. Uji realibilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui kehandalan semua skor hasil pengukuran, apakah terbebas dari kesalahan pengukuran atau menunjukkan tingkat konsisten atau kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur akan dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut digunakan berulang-ulang akan menghasilkan data yang sama. Hasil uji reliabilitas dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6

Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item	R alpha	R Tabel	Keterangan
Kepuasan (Y)	3	0.726	0.258	Reliabel
Playanan (X1)	6	0.800	0.258	Reliabel
Tabungan (X2)	2	0.837	0.258	Reliabel

Sumber : Olah data peneliti (2015)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya pengaruh antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, artinya ada problem multikolinieritas pada model regresi.

Tabel 4.7
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.362	1.026		3.277	.002		
Pelayanan	.187	.081	.354	2.308	.025	.339	2.949
Tabungan	.657	.239	.422	2.754	.008	.339	2.949

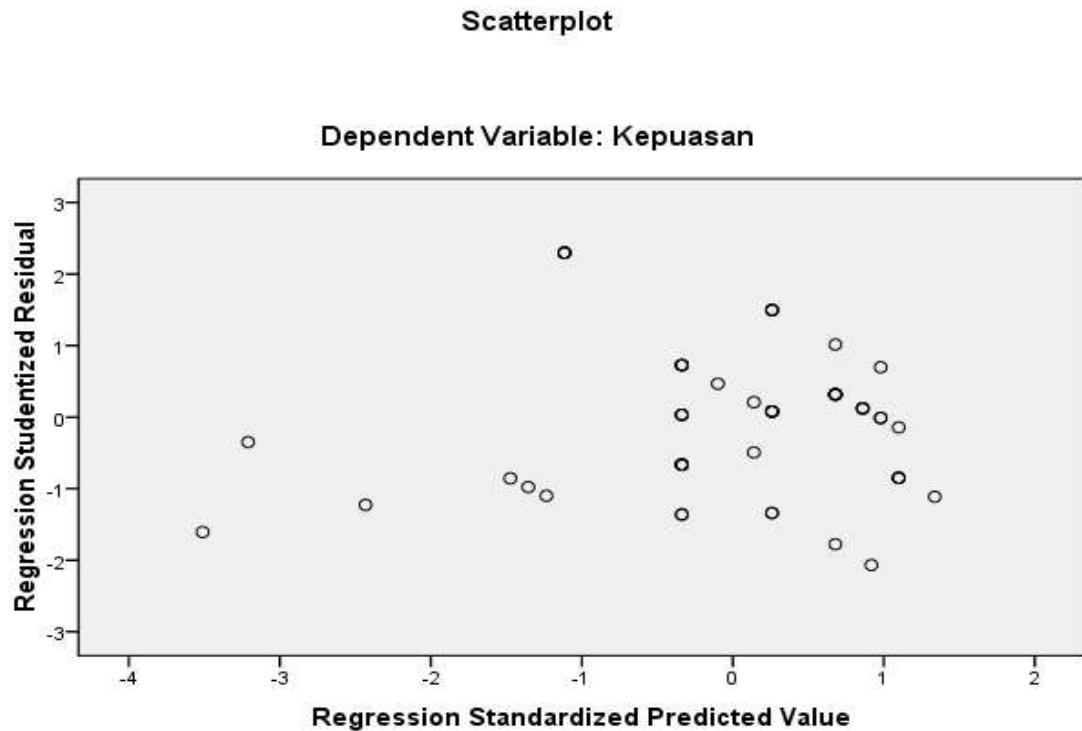
a. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai VIF untuk variabel pelayanan sebesar 2,949 dan VIF variabel Tabungan sebesar 2,949. Melihat hasil VIF pada semua variabel penelitian yang berada dibawah nilai 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar 4.1, Model penelitian tidak mempunyai gangguan heteroskedastisitas karena tidak ada pola tertentu pada grafik. Titik-titik pada grafik relatif menyebar baik di atas sumbu nol maupun di bawah sumbu nol.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada suatu periode dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah autokorelasi pada data. Model regresi yang baik adalah

regresi yang bebas autokorelasi. Pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson. Dengan kriteria keputusan jika nilai Durbin Watson pada tabel Model Summary^b dibawah 2 maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi.

Tabel 4.8

Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.739 ^a	.546	.530	1.45263	.546	34.288	2	57	.000	.794

a. Predictors: (Constant), Tabungan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*, diperoleh angka Durbin Watson sebesar 0,794 dan berdasarkan kriteria keputusan dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada masalah autokorelasi.

4. Uji Normalitas

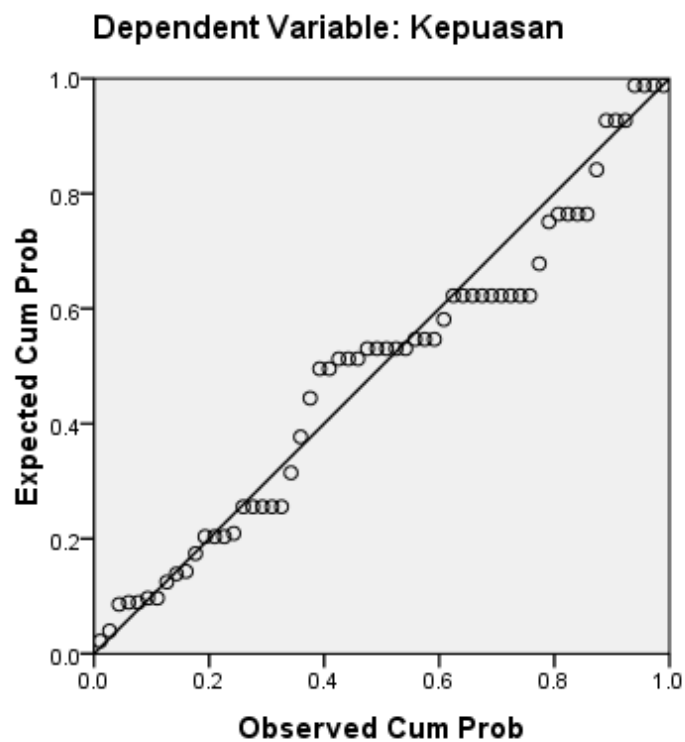
Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat

diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian asumsi klasik menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh/korelasi antar variabel independen (multikolinieritas), tidak terjadi masalah heterokadastisitas, tidak ada masalah autokorelasi, dan memenuhi uji normalitas data, sehingga dapat dilakukan analisis regresi linier berganda, yaitu:

Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel Kualitas layanan dan produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah bank BNI sayiah cabang Palembang. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.362	1.026		3.277	.002		
Pelayanan	.187	.081	.354	2.308	.025	.339	2.949
Tabungan	.657	.239	.422	2.754	.008	.339	2.949

a. Dependent Variable: Kepuasan

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan koefisien beta tidak standar (*unstandardized coefficient*). Hal ini disebabkan karena masing-masing variabel memiliki satuan dan berfungsi untuk menjelaskan besarnya koefisien regresi masing-masing

variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya, dengan rumus regresi :

$$Y = 3,362 + 0,187 X_1 (\text{Pelayanan}) + 0,657 X_2 (\text{Tabungan})$$

Interpretasi, sebagai berikut:

- a. Apabila variabel kualitas pelayanan dan tabungan iB hasanah dianggap konstan = 0 (tidak mengalami penambahan atau pengurangan), maka persentase kepuasan nasabah sebesar 3,362
- b. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,187 menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh positif menunjukkan hubungan yang searah antar kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan. Jika pelayanan meningkat sebesar 1% maka kepuasan akan naik sebesar 0,187% dan sebaliknya, jika pelayanan turun sebesar 1% maka Kepuasan nasabah turun 0,187%.
- c. Koefisien nilai tabungan iB hasanah sebesar 0,657 menunjukkan besarnya pengaruh tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh positif menunjukkan hubungan yang searah antara tabungan iB hasanah dengan kepuasan nsabah. Jika tabungan iB hasanah meningkat sebesar 0,657 maka frekuensi kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,657 dan sebaliknya, jika tabungan iB hasanah turun sebesar 0,657 maka kepuasan nasabah akan turun 0,657.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan (baik positif atau negatif) antara variabel bebas, yaitu

kualitas pelayanan dan tabungan iB hasanah terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Palembang. Dalam uji hipotesis ini dilakukan dengan uji t (secara parsial) dan uji F (secara simultan).

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh perubahan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.362	1.026		3.277	.002		
Pelayanan	.187	.081	.354	2.308	.025	.339	2.949
Tabungan	.657	.239	.422	2.754	.008	.339	2.949

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan Tabel , Berdasarkan hasil pada _able tersebut, dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,362 + 0,187 X_1 (\text{Pelayanan}) + 0,657 X_2 (\text{Tabungan})$$

Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji t pada masing-masing tabel :

1. H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Palembang.
2. H_1 : Ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Palembang.

Berdasarkan tabel *coefficients* pada tabel 4.7 terdapat nilai sig variabel kualitas pelayanan adalah 0,025 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan kriteria keputusan Tolak H_0 pada saat $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada alpha 5%., diperoleh T_{hitung} pelayanan sebesar 2.508 dengan T_{tabel} pada alpha 5% sebesar 2.393, maka H_0 ditolak karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2.508 > 2.393$) artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dewi Yanti (2011) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Rachmad Hidayat (2008)

juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

1. H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah cabang Palembang.
2. H_1 : Ada pengaruh secara signifikan tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah cabang Palembang.

Berdasarkan tabel *coefficients* pada tabel 4.7 terdapat nilai sig variabel produk tabungan iB hasanah adalah 0,008 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,008 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel produk tabungan iB hasanah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Palembang. Maka diterima H_1 dan H_0 ditolak. Berdasarkan kriteria keputusan Tolak H_0 pada saat $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada alpha 5%. Diperoleh T_{hitung} tabungan 2,754 dengan T_{tabel} pada alpha 5% sebesar 2.393, maka H_1 diterima karena $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($2.754 < 2.393$) artinya ada pengaruh secara signifikan antara produk tabungan iB hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah cabang Palembang.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Gerardo (2009) menemukan bahwa kualitas prod memiliki hubungan sebab akibat

yang tinggi terhadap kepuasan nasabah. Azina Suanti (2009) menemukan bahwa *brand trust* memiliki hubungan positif dengan kepuasan nasabah.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji model penelitian apakah perubahan kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BNI sayriah cabang Palembang. Hasil pengujian dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows* dapat dilihat pada tabel berikut dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$).

Tabel 4.11

Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	144.705	2	72.353	34.288	.000 ^a
Residual	120.278	57	2.110		
Total	264.983	59			

a. Predictors: (Constant), Tabungan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hipotesis:

H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

H_1 akan diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan tabel , bahwa nilai F_{hitung} pada model penelitian adalah sebesar 34.288 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi adalah di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada signifikansi 5%. Hasil statistik F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan df 1,33, diperoleh $F_{tabel} = 4,14$. Dari hasil perbandingan terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,454 > 4,14$), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan tabungan iB hasanah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah cabang Palembang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel *model summary*^b. Untuk regresi linier berganda digunakan *R Square* karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas yang digunakan.

Tabel 4.12
Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.739 ^a	.546	.530	1.45263	.546	34.288	2	57	.000	.794

a. Predictors: (Constant), Tabungan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Dari Tabel 4.12 koefisien determinasi diketahui bahwa variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah bank BNI syariah cabang Palembang, sedangkan variabel independennya adalah kualitas pelayanan dan produk tabungan iB Hasanah.

Besarnya pengaruh Kualitas pelayanan (X_1), tabungan iB Hasanah (X_2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah bank BNI syariah (Y) yang ditunjukkan oleh koefisien *Adjusted R Square*, pada hasil penghitungan tampak bahwa nilai koefisien *R Square* sebesar 0,546 atau 54,6%, sedangkan sisanya sebesar 45,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang

Hasil penelitian dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif (0,145)

berdasarkan uji t dengan tingkat signifikan ($0,025 < 0,05$) terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Hasil ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Palembang. Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan, dan peneliti, karena perusahaan (penyedia jasa) perlu mengetahui apakah tujuan perusahaan harus memiliki nasabah yang puas dengan kinerja perusahaan atau memberikan “kualitas layanan yang dipersepsikan” pada tingkat maksimum. Ciri kepuasan adalah keterkejutan nasabah setelah ia melakukan pembelian dan keterkejutan ini mengakibatkan sikap nasabah kurang dinamis, karena adanya kecenderungan untuk mengulangi pembelian tersebut. Hasil penelitian mereka menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang dipersepsikan, semakin besar kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian dari Gerardo Andrew Tumangengkeng (2009) yang mengatakan jika variabel kualitas pelayanan naik maka kepuasan pelanggan kredit perumahan rakyat pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan turun maka pelanggan nasabah kredit perumahan rakyat pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan turun dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

2. Tabungan iB Hasanah Secara Parsial Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang

Hasil penelitian dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif (0,145) berdasarkan uji t terdapat nilai sig variabel tabungan iB hasanah adalah 0,008 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,008 > 0,05$). sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tabungan iB hasanah terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai produk tabungan yang sesuai dengan tingkat keinginan nasabah akan mendorong nasabah untuk melakukan pembelian produk karena nasabah merasa puas. Perusahaan hanya dapat eksis dan bertahan bila mempunyai produk-produk yang berkualitas dibandingkan dengan pesaingnya. Bila perusahaan tidak mempunyai produk yang unik, maka pesaingnya dapat menggeser posisi strategiknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gerardo Andrew Tumangkeng (2002) mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN cabang Manado. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas produk naik maka kepuasan pelanggan kredit perumahan rakyat pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya apabila variabel kualitas produk turun maka pelanggan nasabah kredit perumahan rakyat pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan turun dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Berdasarkan Persamaan regresinya yaitu $Y = 3,362 + 0,187 X_1$ (Pelayanan) + $0,657 X_2$ (Tabungan) yang koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan iB Hasanah terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang. Dengan kata lain Pengaruh positif menunjukkan hubungan yang searah antara Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan iB Hasanah terhadap Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang.
2. Dari hasil analisis penelitian ini bahwa pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Produk Tabungan iB Hasanah mampu menjelaskan Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang sebesar 0,546 atau 54,6%, sedangkan sisanya 45,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis mencoba mengemukakan implikasi yang mungkin bermanfaat diantaranya

1. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang akan menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak bank terutama dalam kualitas layanan dan produk, Sehingga dapat dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan dalam menentukan kualitas layanan yang diberikan dan menentukan produk yang akan dijual kepada nasabah.

2. Bagi Akademisi

Dapat menambah sumbangsih dalam pemikiran perbankan syariah dan berguna sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini juga akan menambah kepustakaan di bidang perbankan syariah khususnya tentang kepuasan nasabah serta dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, terutama pada variabel kualitas pelayanan dan produk tabungan iB hasanah sebagai Variabel Independen dan Variabel Dependennya adalah kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah Cabang Palembang.

D. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi bank, meningkatkan kinerja pelayanan dan kualitas produk tabungan sehingga nasabah merasa nyaman dan akan meningkatkan penggunaan produk perumahan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya.