

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH PADA TABUNGAN WADIAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh :
ETI SETIANA
NIM. 2017202164**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eti Setiana
NIM : 2017202164
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 1 Oktober 2024
Saya yang menyatakan,



Eti Setiana
NIM.2017202164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

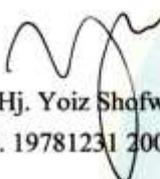
Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH PADA TABUNGAN
WADIAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Eti Setiana NIM 2017202164** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 07 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji


Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027


Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si
NIP. 19930309 202321 2 043

Pembimbing/Penguji


Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 14 Oktober 2024

Mengesahkan
Dekan,




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19530921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

· UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Eti Setiana NIM 2017202164 yang berjudul : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kc Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 1 Oktober 2024
Pembimbing


Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH PADA TABUNGAN WADIAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO

ETI SETIANA
NIM. 2017202164

Email : esetiana31@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan nasabah itu konsep yang mendasar dalam menjaga hubungan jangka panjang untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan persaingan yang semakin ketat serta keterbatasan adanya akses layanan perbankan digital dapat mengurangi kepuasan nasabah menabung secara efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan teknik purposive sampling. Populasi sebanyak 776 nasabah dengan perhitungan sampel rumus slovin menghasilkan sebanyak 89 responden. Teknik analisis data menggunakan Uji Rank Spearman, Uji Kendall's W dan Regresi Ordinal menggunakan program SPSS 26.

Berdasarkan analisis korelasi rank spearman menghasilkan korelasi yang dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (0,377), kualitas produk (0,402), dan kualitas pelayanan (0,501) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji kendall's w menunjukkan hasil sebesar 0,634 yang membuktikan adanya korelasi antara variabel dengan arah positif. Hasil analisis regresi ordinal pada pengujian regresi ordinal table model fitting information menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada model parameter estimates menunjukkan secara simultan kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

**THE INFLUENCE OF TRUST, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON WADIAH SAVINGS AT
BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO**

ETI SETIANA
NIM. 2017202164

Email : esetiana31@gmail.com

**Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the performance of a product that is thought of against the expected performance. Customer satisfaction is a fundamental concept in maintaining long-term relationships to provide better service, considering that companies must be able to maintain increasingly tight competition and limited access to digital banking services can reduce customer satisfaction in saving effectively. The purpose of this study was to determine whether trust, product quality and service quality affect customer satisfaction in wadiah savings at BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

This study uses a quantitative research method. The research data are primary data collected through questionnaires using purposive sampling techniques. A population of 776 customers with a sample calculation of the slovin formula resulted in 89 respondents. The data analysis technique used the Spearman Rank Test, Kendall's W Test and Ordinal Regression using the SPSS 26 program.

Based on the Spearman rank correlation analysis, it produces a correlation that can be concluded that trust (0.377), product quality (0.402), and service quality (0.501) partially have a positive effect on customer satisfaction. The results of the Kendall's w test show a result of 0.634 which proves the correlation between variables with a positive direction. The results of the ordinal regression analysis in the ordinal regression table model fitting information test show that the variables of trust, product quality, and service quality partially affect customer satisfaction. Then the parameter estimates model shows that simultaneously trust, product quality and service quality affect customer satisfaction.

Keywords: Trust, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-Ya

Transliterasi adalah kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi inipedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	<u>H</u>	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	šad	<u>S</u>	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ'ad	<u>D</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	<u>T</u>	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	<u>Z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ya

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis لي

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة لغير	Ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	fûrud

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو الفروض	ditulis	ẓawi al-furûd
-----------	---------	---------------

MOTTO

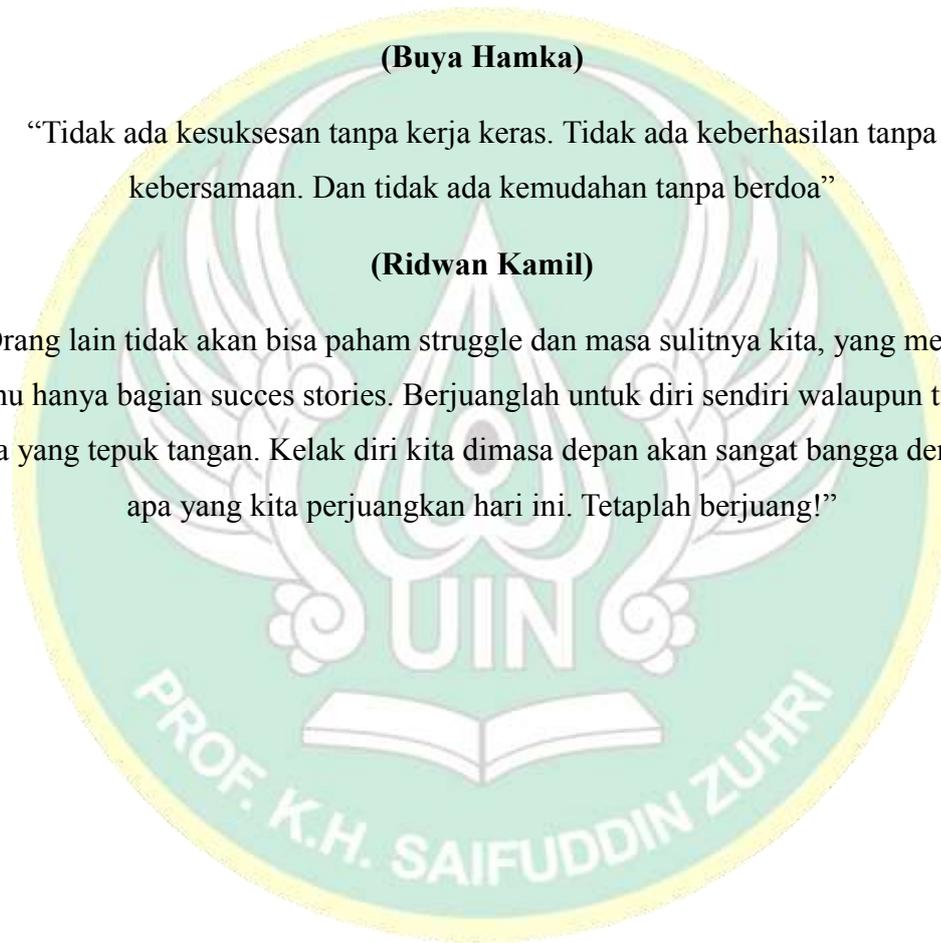
“Janganlah takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Dan jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah kedua”

(Buya Hamka)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa berdoa”

(Ridwan Kamil)

“Orang lain tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka tahu hanya bagian succes stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetaplah berjuang!”



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan umatnya yang senantiasa dalam lindungan-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto”.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, motivasi, serta doa yang sangat luar biasa dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan baik ini penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H Tutuk Ningsih, M.pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang meluangkan banyak sekali waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta seluruh civitas akademika UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Teruntuk Bapak dan Ibuku Tercinta, telah memberikan doa, dukungan, dan cinta yang tak terhingga selama perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran dan doa restu dari orang tua menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis untuk terus berjuang serta berusaha mencapai cita-cita. Terimakasih atas pengorbanan, dorongan, dan kasih sayang yang telah diberikan tanpa henti dan tanpa pamrih. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkahnya kepada orang tua penulis, mengabulkan segala doa yang baik, dan memberikan kesehatan serta kebahagiaan selalu.
11. Teruntuk adikku tercinta, Naila Nur Khafizah terimakasih sudah mendoakan, selalu menghibur, memberikan semangat, kebahagiaan, dan senyuman yang menenangkan yang tak ternilai harganya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk keluarga besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih telah senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tiada hentinya. Terimakasih selalu menjadi support system dalam setiap langkah. Terimakasih atas kontribusi luar biasa yang diberikan, penulis akan selalu menghargai dan mengenang kontribusi dari keluarga besar dalam perjalanan penyusunan skripsi ini.
13. Teruntuk kekasih hatiku Fikih Sabilah Al Azis dengan penuh rasa terimakasih dan cinta, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala dukungan, motivasi, kasih sayang, dan pengertian yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena selalu ada disamping penulis, memberikan dukungan moral dan motivasi yang menginspirasi.

14. Kepada seluruh responden yang telah mengisi kuisioner untuk penelitian dan mengisi data dengan jujur dan benar serta telah membantu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
15. Terima kasih untuk teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *see you on top guys*.
16. Teruntuk seluruh teman seperjuangan Perbankan Syariah D 2020, terimakasih selalu memberikan semangat, saran, dan motivasinya.
17. Teman-teman yang tidak bisa kusebutkan satu per satu yang secara tidak langsung mendoakan dan menyemangati saya, terima kasih yang setulus-tulusnya, semoga doa baik berbalik kepada kalian.
18. Terakhir untuk diri saya sendiri Eti Setiana atas segala kerja keras dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Semoga Allah Swt. senantiasa memberikan karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan, demi kesempurnaan karya pada masa yang akan datang. Semoga karya ini bermanfaat untuk penulis dan untuk pembaca semuanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 01 Oktober 2024

Penulis



Eti Setiana
NIM. 2017202164

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN LITERASI BAHASA ARAB-Indonesia	vii
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	15
B. Kajian Teori.....	22
C. Landasan Teologis.....	35
D. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel	43
D. Teknik Pengumpulan Dara	46
E. Sumber Data.....	49
F. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Subyek Penelitian	56
B. Gambaran Umum Responden	57
C. Hasil Analisis Data	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto	3
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.	45
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 3.3 Interpretasi Korelasi	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4 Karakteristik Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5 Karakteristik Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Rekening	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.8 Hasil Hasil Uji Rank Spearman	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Kendall's W (Rank)	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Kendall's W (Test Statistic)	67
Tabel 4.11 Case Processing Summary Regresi Ordinal Parsial Kepercayaan dengan Kepuasan Nasabah.....	68
Tabel 4.12 Model Fitting Information.....	69
Tabel 4.13 Goodness of Fit	70
Tabel 4.14 Pseudo R-Square	70
Tabel 4.15 Parameter Estimates	71
Tabel 4.16 Case Processing Summary Regresi Ordinal Parsial Kualitas Produk dengan Kepuasan Nasabah.....	72
Tabel 4.17 Model Fitting Information.....	73
Tabel 4.18 Goodness of Fit	73
Tabel 4.19 Pseudo R-Square	74
Tabel 4.20 Parameter Estimates	74
Tabel 4.21 Case Processing Summary Regresi Ordinal Parsial Kualitas Pelayanan dengan kepuasan nasabah	75
Tabel 4.22 Model Fitting Information.....	76
Tabel 4.23 Goodness of Fit	76
Tabel 4.24 Pseudo R-Square	77
Tabel 4.25 Parameter Estimates	77
Tabel 4.26 Regresi Ordinal Simultan Case Processing Summary	78
Tabel 4.27 Model Fitting Information.....	79
Tabel 4.28 Goodness of Fit	80
Tabel 4.29 Pseudo R-Square	80
Tabel 4.30 Parameter Estimates	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	38
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Tabulasi Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Rank Spearman
- Lampiran 6 Hasil Uji Kendall's W
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Ordinal Parsial
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Ordinal Simultan
- Lampiran 9 Dokumentasi dan Penyebaran Kuisisioner
- Lampiran 10 Surat Izin Riset Penelitian
- Lampiran 11 Sertifikat IQLA
- Lampiran 12 Sertifikat EPTUS
- Lampiran 13 Sertifikat KKN
- Lampiran 14 Sertifikat BTA-PPI
- Lampiran 15 Sertifikat PPL
- Lampiran 16 Sertifikat PBM



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah atau sering disebut dengan bank islam merupakan perbankan yang dalam pelaksanaannya menerapkan hukum Islam atau sesuai syariat. Atau secara sederhananya, dalam bank syariah tidak mengenal riba sebab hal itu diharamkan menurut ajaran agama Islam. Meskipun begitu, bank syariah tetap mendapatkan keuntungan dalam pelayanannya. Hanya saja, bank syariah menerapkan konsep bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini nantinya akan digunakan untuk membiayai sejumlah operasional perbankan.

Dalam skala internasional sistem keuangan syariah menjadi salah satu sistem terbaik dan terlengkap yang diakui secara internasional. Pada bulan Juni tahun 2015, industri perbankan syariah terdiri dari 12 Bank Umum Syariah, 22 unit usaha syariah yang dipunya oleh Bank umum konvensional dan 162 BPRS dengan total aset yang mencapai Rp 273,49 triliyun dengan pangsa pasar sebesar 4,61%. Dalam misinya, OJK berusaha membawa tiga arah pengembangan yakni dalam segi penguatan identitas, sinergi ekosistem ekonomi syariah dan penguatan dalam hal regulasi. Pada tahun 2021, lahirlah Bank syariah terbesar di Indonesia yang bernama Bank Syariah Indonesia atau BSI. Saat ini, BSI telah memiliki kantor sekitar 1.200 kantor cabang dan lebih dari 1.700 ATM. Pada tahun 2025, Otoritas Jasa Keuangan memiliki target bank syariah menjadi pemain di kancah global. Sehingga bisa menembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar.

Mulai berdirinya beberapa bank Islam seperti Bank Syariah Mandiri, Bank IFI, Bank Niaga, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, Bank BTN dan lainnya. Penyempurnaan regulasi ini menjadi gerbang bagi munculnya landasan- landasan hukum bank syariah lain. Oleh karena itu, bermunculan Undang-Undang yang mengatur mengenai bank syariah khususnya mengenai produk perbankan syariah. Seperti Undang-Undang No 19 tahun 2008

mengenai Sukuk, (Eri Hariyanto,2016). Lahirnya Undang- Undang mengenai Perbankan Syariah turut memberikan dorongan bagi peningkatan jumlah Bank Syariah yang semula berjumlah lima menjadi sebelas. Selanjutnya keberadaan bank-bank islam tersebut oleh pemerintah diperkuat keberadaannya dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Berdasarkan data Kantor OJK Regional 3 Jateng dan DIY, aset perbankan syariah di Jawa Tengah pada bulan Agustus 2023 sebesar 6,81 persen dari total aset perbankan se-Jawa Tengah, angka tersebut telah mengalami pertumbuhan sebesar 8,71 persen dibandingkan Agustus 2022, (Sumarjono,2023). Dari sisi Pembiayaan, perbankan syariah tumbuh sebesar 10,26 persen dibandingkan tahun lalu dengan *share* terhadap Perbankan Syariah. Selanjutnya, dengan melekatnya penanganan perkara ekonomi syariah oleh Pengadilan Agama sebagaimana tertuang dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelesaian Perkara Ekonomi Syariah maka OJK berupaya untuk menjalin kerja sama untuk memberikan kontribusi bagi ekonomi syariah di Jawa Tengah, OJK KR (Otoritas Jasa Keuangan Kantor Regional) 3 Jateng dan DIY bersama Forum Komunikasi Industri Jasa Keuangan (Forkom-IJK) Jawa Tengah.

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto berdiri di mulai sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan. Beliau mengutarakan keinginannya kepada Buyar Winarso yang merupakan relasi bisnisnya. Pada awalnya proposal pendirian merupakan proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat konvensional, akan tetapi karena ketertarikan H. Kholipan kepada perbankan syariah, maka proposal diubah menjadi proposal

pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT. BPRS Bumi Artha Sampang yang terletak di Jalan Kalibener No.14 Purwokerto.

Di BPRS tersebut juga terdapat produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Kehadiran BPRS dapat menjadi sumber permodalan utama bagi para masyarakat terutama golongan masyarakat ekonomi lemah dan bagi para pengembangan usaha masyarakat. Fokus utama usaha BPRS pada pembentukan dan pengembangan UMKM dengan menyediakan modal untuk usaha, tidak memberikan kredit melainkan pembiayaan (permodalan), risiko usaha ditanggung bersama, bentuk usahanya berbentuk investasi bersama dengan sistem bagi hasil dan bagi risiko, memiliki cara untuk meringankan calon nasabah dari keharusan memiliki jaminan kredit.

Tabel 1.1

Data Jumlah Nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Periode Januari 2018 – Oktober 2023

Jenis Tabungan	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Wadiah Umum	104	107	137	188	148	92
Wadiah Badan	1	4	0	1	1	1
Mudharabah Umum	2	0	0	0	0	0
Mudharabah Qurban	0	1	1	0	0	0
Mudharabah Tamasya	0	0	4	3	2	1
Mudharabah Ukhuwah	0	0	0	0	35	14
Total Nasabah	107	112	142	192	186	108

Sumber : BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Berdasarkan pada tabel 1.1 terlihat bahwa tabungan wadiah umum adalah produk simpanan di Bank Syariah yang menggunakan prinsip wadiah (titipan), pada tahun 2018 terdapat 104 nasabah. Jumlah nasabah semakin

meningkat secara konsisten hingga mencapai 188 pada tahun 2021. Setelah itu, terjadi penurunan menjadi 148 nasabah pada tahun 2022 dan lebih lanjut turun menjadi 92 nasabah pada tahun 2023. Tabungan wadiah badan adalah simpanan berbasis akad wadiah yad dhamanah ditujukan untuk lembaga atau badan usaha, dimana Bank Syariah menyimpan dana dan menjamin dana serta pengembaliannya tanpa kewajiban memberikan bagi hasil atau bunga terdapat fluktuasi kecil dengan jumlah nasabah 1 pada tahun 2018. Kemudian meningkat menjadi 4 nasabah pada tahun 2019 dan kembali turun serta bertahan di angka 1 dari tahun 2020 hingga tahun 2023. Tabungan mudharabah umum adalah produk simpanan yang menggunakan akad mudharabah, dimana nasabah bertindak sebagai pemilik modal (shahibul mal) dan bank sebagai pengelola (mudharib) pada tahun 2018 terdapat 2 nasabah. Setelah itu, jumlah nasabah ini tidak ada dari tahun 2019 hingga 2023. Tabungan mudharabah qurban adalah produk simpanan yang ditujukan khusus untuk mempersiapkan dana bagi pelaksanaan ibadah qurban tidak ada nasabah pada tahun 2018. Jumlah nasabah bertambah menjadi 1 pada tahun 2019 dan tahun 2020 kembali tidak ada nasabah dari tahun 2021 hingga 2023.

Tabungan mudharabah tamasya adalah produk simpanan yang ditujukan untuk membantu nasabah mengumpulkan dana secara bertahap untuk keperluan liburan tidak ada nasabah dari tahun 2018 hingga tahun 2019. Pada tahun 2020 jumlah nasabah meningkat menjadi 4 dan mengalami penurunan menjadi 3 nasabah pada tahun 2021. Jumlah nasabah terus menurun hingga mencapai 1 pada tahun 2023. Tabungan mudharabah ukhuwah adalah produk simpanan yang bertujuan untuk membantu nasabah mengumpulkan dana yang disimpan dan keuntungan dari pengelolaannya dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati tidak ada nasabah dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Pada tahun 2022 jumlah nasabah meningkat pesat menjadi 35. Kemudian jumlah nasabah menurun menjadi 14 pada tahun 2023. Total nasabah meningkat dari 107 pada tahun 2018 menjadi 192 pada tahun 2021. Kemudian jumlah total nasabah sedikit menurun menjadi 186 nasabah pada tahun 2022 dan terjadi penurunan drastis menjadi 108 pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa, produk-produk dari

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yang diminati bagi nasabah dalam menggunakan produknya adalah Tabungan Wadiah.

Menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat luas adalah tugas bank yang mendasar. Bank ini juga disebut sebagai lembaga kepercayaan (*fiduciary finansial institution*) dimana bank memiliki visi dan misi yang sangat mulia yaitu sebagai sebuah lembaga yang diberi tugas untuk mengemban amanah pembangunan bangsa demi tercapainya peningkatan taraf hidup rakyat banyak (Sarpini, 2019). Hal ini merujuk pada salah satu produk penghimpunan dana di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yaitu tabungan wadiah.

Tabungan wadiah merupakan salah satu produk BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dikhususkan untuk pedagang pasar ataupun dirumah. Nasabah tidak perlu meninggalkan dagangannya untuk menabung ke bank, karena akan dijemput setiap hari oleh *team funding* sehingga mempermudah nasabah dalam menjangkau akses tabungan dan hal ini akan berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dengan adanya tabungan wadiah kini masyarakat tidak perlu risau terkait dengan bukti melakukan simpanan, karena di BPRS itu sendiri sudah menggunakan teknologi canggih yang bisa membuat nasabah lebih percaya dengan adanya bukti setoran.

Tabel 1.2

Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah Periode Januari 2018- Oktober 2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	104
2019	107
2020	137
2021	188
2022	148
2023	92

Sumber : BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto mengalami peningkatan dari tahun 2018- 2021. Tahun 2019 meningkat sebesar 3 nasabah, tahun 2020 bertambah 37 nasabah, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 51 nasabah. Tahun 2022 jumlah nasabah menurun 40 nasabah dan pada tahun 2023 mengalami penurunan yang sangat drastis dengan 56 nasabah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada pegawai BPRS, hal ini disebabkan karena kurangnya pegawai BPRS memasarkan produknya dan waktu yang tidak mencukupi untuk melakukan jemput bola nasabah yang jarak rumahnya terlalu jauh dari Bank.

Peminat dari tabungan wadiah ini sebenarnya cukup banyak hanya saja arah rumah nasabahnya terlalu jauh dengan nasabah yang lama sedangkan pegawai harus kembali ke kantor pukul 15.30 WIB, sehingga pegawai tidak bisa menjangkanya. Jadi, pegawai memutuskan pada tahun 2023 melakukan jemput bola tabungan wadiah adalah nasabah lama dengan arah rumah yang satu jalur dan nasabah lainnya. Dilihat dari kegiatannya, BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto memiliki keunggulan yang dapat dirasakan oleh nasabah dimana pegawai tidak hanya memberikan layanan di kantor tetapi melakukan layanan jemput bola ke rumah, pasar maupun keberadaan nasabahnya. Hal tersebut tentunya akan memudahkan nasabah terutama bagi nasabah yang tidak sempat datang ke bank.

Kepuasan nasabah itu konsep yang mendasar dalam menjaga hubungan jangka panjang antara lembaga keuangan dan nasabahnya. Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2005) adalah

“perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat.

Sementara itu, faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen yakni Kepercayaan. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya (Mowen dan minor, 1998). Karena kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan terhadap atribut, dan manfaat produk, maka produsen dan para pemasar perlu memahami atribut dari suatu produk yang diketahui konsumen dan atribut mana yang paling diingat konsumen sehingga bisa digunakan untuk mengevaluasi strategi komunikasi suatu produk. Menurut Lau dan Lee dalam Tjiptono (2014: 398) kepercayaan atau *trust* merupakan salah satu faktor yang sangat krusial dalam membentuk loyalitas konsumen karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan produk maupun jasa.

Selanjutnya Kualitas Produk, Kualitas Produk menurut Kotler and Armstrong (2004) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Kotler (2012:78) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan

terhadap produk yang bersangkutan. Dimana kualitas produk merupakan karakteristik yang melekat dari suatu produk. Kemungkinan yang terjadi bahwa kebanyakan nasabah pada perbankan syariah juga masih merupakan nasabah perbankan konvensional, sehingga perlu kiranya pengkajian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah produk simpanan pada nasabah BSM Cabang Purwokerto (Yoiz Shofwa, 2016).

Faktor selanjutnya adalah kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa, (Sulasih & Oktiana, 2019). Menurut Tjiptono (2011:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang bersamaan dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Berdasarkan pra survey yang penulis lakukan kepada nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto pada tabungan wadiah. Produk wadiah merupakan tabungan yang paling diminati oleh para nasabah, sehingga penulis

tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Apakah sudah sesuai ataupun belum sesuai dalam pelaksanaannya. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti sebagai berikut :

Pada tanggal 29 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB tempatnya di rumah Bapak Roni. Menurut Bapak Roni Aji Setiawan (36 Tahun) sebagai nasabah BPRS *“terkait kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada produk tabungan wadiah adalah karena saya sudah kenal dengan bagian marketingnya dan percaya sistem transaksi disaat menabung. Kemudian kualitas produknya sama halnya dengan produk yang lain. Di BPRS itu sendiri yang lebih menarik menurut saya adalah dari segi administrasinya karena setiap 1 bulan hanya dipotong Rp 1.000,- dan Rp 10.000,- sudah bisa membuka rekening tabungan wadiah. Selanjutnya dari segi kualitas pelayanan, saya merasa puas karena dari sistem penarikan atau penyetoran bisa diantar sampai rumah dan tepat waktu sesuai kesepakatan antara saya dan pegawai BPRS. Tetapi saya mengeluhkan terkadang pegawai tidak datang tepat waktu karena rumah saya terlalu jauh untuk dijangkau dan wilayah saya masih dibidang terpencil serta masih sedikit yang menjadi nasabah dari BPRS tersebut. Jadi apabila saya ingin melakukan penyetoran atau penarikan harus sepakat dengan nasabah yang satu wilayah agar pegawai bisa menjadwalkan untuk datang dan saya juga harus konfirmasi terlebih dahulu kepada”*.

Pada tanggal 29 Agustus 2023, pukul 13.00 WIB dan tempatnya di rumah Ibu Desi. Menurut Ibu Desi (34 Tahun) *“terkait kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada produk tabungan wadiah adalah karena dapat referensi dari teman-teman yang sudah membuka tabungan wadiah sehingga tertarik untuk menabung juga. Kemudian terkait dengan kualitas produk pada tabungan wadiah adalah karena kualitas produknya bagus, syaratnya mudah, tidak ribet seperti bank lain, ketentuannya jelas dan biaya administrasinya juga rendah. Selanjutnya terkait dengan kualitas pelayanan yang diterima saya cukup baik dan cukup memuaskan serta bagian marketingnya jujur dan ramah. Tetapi saya sedikit kecewa karena pegawai tidak datang tepat waktu saat saya ingin menabung. Saya mempunyai usaha yang harus berjualan dari pagi, jadi saya tidak berkenan menunggu lama apabila pegawai tidak datang tepat waktu saat melakukan penyetoran”*.

Pada tanggal 29 Agustus 2023, pukul 15.00 WIB tempatnya di rumah Ibu Novenda. Menurut Ibu Novenda (26 Tahun) *“terkait kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada produk tabungan wadiah adalah karena sudah kenal dengan marketingnya, referensi dari teman-teman yang membuka tabungan tersebut dan setiap transaksi ada buktinya. Kemudian terkait dengan kualitas produknya sudah sangat baik karena biaya administrasinya sangat terjangkau*

hanya Rp 1.000,- perbulannya, transaksi setoran atau penarikan bisa diantar ke rumah oleh marketingnya, selain itu juga keunggulan dari tabungan wadiah ini ada bagi hasilnya. Selanjutnya terkait dengan kualitas pelayanan adalah sangat baik karena ketika bertransaksi setoran atau penarikan bisa menghubungi marketing dan bisa diantar ke rumah. Saya terkadang mengeluh pegawai tidak bisa datang ke rumah setiap hari. Tetapi saya memaklumi karena pegawainya terbatas, arah rumah saya yang terlalu jauh dan pegawai harus kembali ke kantor pukul 15.30. Jadi apabila saya ingin menabung, harus konfirmasi terlebih dahulu kepada pegawai atau saya langsung datang ke kantornya”.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa nasabah diatas maka dapat disimpulkan bahwa karyawan BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto tidak maksimal dalam melayani nasabah dalam sistem jemput bola yang dilakukan. Penyebabnya karena adanya keterbatasan sumber daya (kurangnya jumlah petugas atau mobilitas yang terbatas sehingga mengakibatkan pelayanan menjadi tidak optimal). Sebagian besar nasabah mengeluhkan bahwa karyawan tidak berkenan menunggu lama apabila nasabah tidak sedang berada di rumah, seringkali karyawan yang tidak rutin datang sesuai jadwal yang ditentukan dan karyawan memiliki target untuk kembali ke kantor pada pukul 15.30 WIB. Sehingga banyak nasabah kecewa karena tidak bisa menabung dan karyawan tidak dapat menjangkau waktu serta untuk kunjung ke rumah nasabah.

Menurut penelitian Dewi Syufhiyanti (2023) Dalam menentukan variabel penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian tersebut dengan judul “Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Smart Ib Wadiah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kc. Medan”. Penelitian dari Rafika Sari (2023) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan wadiah terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sumut syariah cabang stabat. Kemudian penelitian dari bauhaqi (2022) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan pemasaran relasional. Dari beberapa hasil penelitian tersebut bahwa peneliti menambahkan variabel kepercayaan yang diperkuat dengan adanya gap penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk menguji dan

meneliti kembali yang terjadi antar variabel dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto”.

Dilihat dari fenomena diatas, dalam perkembangan BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto saat ini harus mengikuti kebutuhan nasabah yang semakin hari semakin bervariasi yang menyebabkan munculnya jenis-jenis produk pembiayaan dan simpanan baru. Salah satunya yaitu produk penghimpunan dana seperti Tabungan Wadiah. BPRS memiliki tujuan dengan melihat masyarakat saat ini yakni BPRS ingin merangkul masyarakat agar tidak perlu malu untuk menabung dengan nominal sedikit dan pihak karyawan dari BPRS itu sendiri juga menyediakan jasa layanan dengan sistem jemput bola. Jadi, nasabah tidak perlu datang ke kantor untuk melakukan simpanan. Sehingga beragam cara akan dilakukan oleh pihak BPRS untuk bisa menyesuaikan kebutuhan nasabah. Akan tetapi pada pelaksanaannya, masih terdapat beberapa masalah dimanajemen BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yaitu keterbatasan akses ke layanan (lokasi cabang yang terbatas atau tidak adanya akses layanan perbankan digital yang memadai dapat mengurangi kepuasan nasabah untuk menabung secara efektif).

Alasan peneliti memilih BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yaitu pertama BPRS Bumi Artha Sampang belum terlalu dikenal oleh masyarakat Purwokerto terkait dengan adanya produk penghimpunan dana berupa tabungan wadiah, kedua BPRS Bumi Artha Sampang mampu bertahan untuk menjaga eksistensi agar diminati oleh masyarakat, ketiga BPRS Bumi Artha Sampang menghadapi tantangan suprastruktur berupa SDM yang sesuai klasifikasi standar karena tempatnya di desa dan sebagian masyarakat belum paham mengenai produk tabungan wadiah untuk melakukan simpanan agar dapat membangun kepuasan nasabah.

Meskipun BPRS Bumi Artha Sampang diminati oleh masyarakat Purwokerto yang tidak terlepas dari kegagalan dan ketidakpuasan nasabah. BPRS Bumi Artha Sampang terletak di lingkungan masyarakat yang

mayoritas masyarakatnya adalah pelaku UMKM. BPRS Bumi Artha Sampang ini hadir sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah ekonomi para pelaku UMKM tanpa memberatkan salah satu pihak. Pelayanan yang diberikan BPRS Bumi Artha sudah cukup baik namun terkadang ada kendala kurangnya komunikasi yang baik antara karyawan dan nasabahnya sehingga terjadi kesalahpahaman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto?
2. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto?
4. Apakah kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.
 - b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.
 - c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.
2. Manfaat Penelitian meliputi :
 - a. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis dan meningkatkan pemahaman pembaca mengenai bagaimana Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah.
 - b. Manfaat Secara Praktis
 - 1) Bagi Peneliti sebagai sarana untuk memperluas dan mencermati informasi mengembangkan yang diterima di perguruan tinggi. Selain itu, peneliti ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
 - 2) Bagi Akademisi sebagai bahan referensi atau sebagai pembanding data dengan tujuan untuk diteliti dan menggugah persepsi mengenai Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang deskripsi teori- teori yang berkaitan dengan penelitian yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian,

teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data serta validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum penelitian, hasil dan pembahasan penelitian dilakukan menggunakan alat analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan kesimpulan yang berisi jawaban atas masalah penelitian berdasarkan rumusan masalah. Selain itu juga terdapat saran- saran untuk pengembangan pihak- pihak yang terkait dengan hasil penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah rancangan penelitian, seorang peneliti harus mencantumkan pencarian kepustakaan karena perlu merancang kerangka konseptual dan memberikan argumentasi yang kuat terkait pentingnya penelitian yang sedang dilakukan dari perspektif teoritis. Selain itu, kerangka teori ini berfungsi sebagai acuan untuk merumuskan pertanyaan penelitian terhadap subjek yang diteliti. Selain itu, kajian pustaka dapat memberikan cara untuk membandingkan masalah utama yang dipilih dengan masalah utama dan tema sejenis serta temuannya (Kasiram, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan referensi penelitian terdahulu untuk mengetahui apakah terdapat perbandingan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian dari Rafika Sari, Muhammad Saleh, Nurul Hasanah, (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Produk Tabungan Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun secara simultan antara kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan wadiah terhadap kapuasan nasabah pengguna produk tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. Kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan wadiah mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna produk tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat sebesar 75,2%. Sedangkan perbedaannya pada variabel kinerja produk, peneliti menggunakan variabel kualitas produk dan menambahkan variabel kepercayaan. Kemudian objek penelitian yang berbeda.

Kedua, penelitian dari Ratmono, Suwanto, Tasya Herma Sabhila (2023) yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya

Mulia Kantor Cabang Mandala Kecamatan Bandar Mataram”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan Nasabah, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap kepuasan Nasabah, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah, dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi, Kualitas Produk dan pelayanan terhadap kepuasan Nasabah. Sedangkan perbedaannya pada variabel promosi, peneliti menggunakan variabel kepercayaan, jumlah sampel yang digunakan dan teknik pengambilan sampel. Pada penelitian terdahulu jumlah sampel yang digunakan sebanyak 77 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*, sedangkan peneliti jumlah sampel yang digunakan 100 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*.

Ketiga, penelitian dari Laili Septiana dan Cicih Ratnasih (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah diterima. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koefisien jalur variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Z (loyalitas nasabah) melalui kepuasan nasabah adalah sebesar 0.519 atau 51.9 persen. Perbedaannya terletak pada jenis tabungan, variabel dependen loyalitas nasabah (Z). Peneliti menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah (Y).

Keempat, penelitian dari Paulus Junico Pasaribu, Baihaqi, dan Yumiati (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya kualitas produk yang ada pada Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Pemasaran relasional berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya pemasaran relasional yang selama ini dilakukan oleh Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek yang diteliti dan jumlah sampel yang digunakan peneliti 220 responden. Sedangkan peneliti jumlah sampel yang digunakan 100 responden.

Kelima, penelitian dari Suwono dan Amaliana Sukma (2020) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,286 > 1,987$). Dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,943 > 1,987$). Sedangkan hasil dari uji simultan variabel kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan besar (f hitung $555,075 > f$ tabel $3,10$) terhadap loyalitas nasabah di PT.BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah yang diberikan, maka akan meningkat tingkat loyalitas nasabah dan jumlah nasabah di PT.BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap. Sedangkan perbedaannya pada variabel

dependen Loyalitas Nasabah (Y). Sedangkan peneliti variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

Keenam, penelitian dari Vani Febiola, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto (2023) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan cukup kuat antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada produk Tabungan Easy Wadiah PT. Bank Syariah Indonesia dengan nilai korelasi sebesar (+) 0.503. Artinya semakin Tinggi Kepuasan Nasabah maka akan semakin Tinggi Loyalitas Nasabah. Sedangkan perbedaannya pada variabel dependen loyalitas nasabah (Y), peneliti variabel dependen kepuasan nasabah (Y), dan Objek yang diteliti.

Ketujuh, penelitian dari Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Prince Samudera Banjarmasin, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Kesetiaan pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan perbedaannya pada penambahan variabel intervening, variabel dependen loyalitas nasabah (Y), peneliti variabel dependen kepuasan nasabah (Y). Kemudian objek yang diteliti.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Jurnal dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Rafika Sari, Muhammad Saleh, Nurul Hasanah, (2023), Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Produk Tabungan Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat”	Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun secara simultan antara kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan wadiah terhadap kapuasan nasabah pengguna produk tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. Kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan wadiah mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna produk tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat sebesar 75,2%.	Perbedaannya pada variabel kinerja produk, peneliti menggunakan variabel kualitas produk dan menambahkan variabel kepercayaan. Kemudian objek penelitian yang berbeda.
2.	Ratmono, Suwanto, dan Tasya Herma Sabhila (2023), Jurnal Manajemen Diversifikasi. “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang Mandala Kecamatan Bandar Mataram”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan Nasabah 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap kepuasan Nasabah. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi, Kualitas Produk dan pelayanan terhadap kepuasan Nasabah.	Perbedaannya pada variabel promosi, peneliti menggunakan variabel kepercayaan, jumlah sampel yang digunakan penelitian terdahulu 77 responden, sedangkan peneliti 100 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian terdahulu yaitu <i>accidental</i>

			<i>sampling</i> , sedangkan peneliti menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> .
3.	Laili Septiana dan Cicih Ratnasih (2021), JURNAL MANAJEMEN FE-UB. “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah diterima. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koefisien jalur variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Z (loyalitas nasabah) melalui kepuasan nasabah adalah sebesar 0.519 atau 51.9 persen.	Perbedaannya terletak pada jenis tabungan, variabel dependen loyalitas nasabah (Z). Peneliti menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah (Y)
4.	Paulus Junico Pasaribu, Baihaqi, dan Yumiati (2022), Jurnal Ilmiah Manajemen “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu”	Hasil penelitian: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh, 2) kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya kualitas produk yang ada pada Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh, 3) pemasaran	Perbedaannya adalah pada objek yang diteliti dan jumlah sampel yang digunakan peneliti 220 responden. Sedangkan peneliti jumlah sampel yang digunakan 100 responden.

		relasional berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh. Artinya pemasaran relasional yang selama ini dilakukan oleh Bank Bengkulu telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ipuh.	
5.	Suwono dan Amaliana Sukma (2020), Jurnal Manajemen dan Ekonomi “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap”	Dari penelitian, menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,286 > 1,987$). Dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dibuktikan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,943 > 1,987$). Sedangkan hasil dari uji simultan variabel kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan besar (f hitung $555,075 > f$ tabel $3,10$) terhadap loyalitas nasabah di PT.BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah yang diberikan, maka akan meningkat tingkat loyalitas nasabah dan jumlah nasabah di PT.BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap.	Perbedaannya pada variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y). Sedangkan peneliti variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y)
6.	Vani Febiola, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto (2023), Jurnal Akuntansi,	Terdapat pengaruh yang positif dan cukup kuat antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada produk Tabungan Easy	Perbedaannya pada variabel dependen loyalitas nasabah (Y),

	Manajemen, Bisnis, dan Teknologi (AMBITEK). “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022”	Wadiah PT. Bank Syariah Indonesia dengan nilai korelasi sebesar (+) 0.503. Artinya semakin Tinggi Kepuasan Nasabah maka akan semakin Tinggi Loyalitas Nasabah.	peneliti variabel dependen kepuasan nasabah (Y), dan Objek yang diteliti.
7.	Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor (2021), Jurnal Bisnis dan Pembangunan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Prince Samudera Banjarmasin, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Kesetiaan pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	Perbedaannya pada penambahan variabel intervening, variabel dependen loyalitas nasabah (Y), peneliti variabel dependen kepuasan nasabah (Y). Kemudian objek yang diteliti.

Sumber : *Data Sekunder Yang Diolah*

B. Kajian Teori

1. Kepuasan

Kepuasan merupakan salah satu konsep utama dalam bidang pemasaran. Menurut (Oliver R. L., 1980) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas dan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk

oleh pengalaman sebelumnya, komentar dari kerabatnya yang bisa dijadikan motivasi agar lebih baik. Semakin tinggi kepuasan seseorang maka semakin positif sikap juga yang dimiliki konsumen.

Richard L. Oliver memperkenalkan *Expectation-Disconfirmation Theory* pada tahun 1980. Inti teorinya yaitu: Ekspektasi (Harapan nasabah terhadap produk atau layanan sebelum mereka mengalaminya. Ekspektasi ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya, iklan, dan informasi dari mulut ke mulut), Kinerja yang Dirasakan (Pengalaman nyata nasabah saat menggunakan produk atau layanan tersebut), *Disconfirmation* (Perbandingan antara ekspektasi dan kinerja yang dirasakan. *Disconfirmation* dapat bersifat positif atau negatif). *Positive Disconfirmation* Terjadi ketika kinerja yang dirasakan melebihi ekspektasi, yang menghasilkan kepuasan dan *Negative Disconfirmation* Terjadi ketika kinerja yang dirasakan kurang dari ekspektasi yang menghasilkan ketidakpuasan.

Kepuasan : Hasil dari proses *disconfirmation*. Nasabah merasa puas jika kinerja sesuai atau melebihi ekspektasi, dan tidak puas jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi. Oliver menjelaskan bahwa kepuasan nasabah adalah fungsi dari harapan yang telah disiapkan sebelumnya dan kinerja yang dirasakan. Ketika nasabah memiliki harapan tertentu tentang suatu produk atau layanan, mereka akan menilai pengalaman mereka berdasarkan seberapa baik produk atau layanan tersebut memenuhi harapan mereka. Jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan nasabah akan merasa sangat puas karena pengalaman mereka lebih baik dari yang diantisipasi.

Jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan, nasabah akan merasa puas karena ekspektasi mereka terpenuhi, dan Jika kinerja yang dirasakan kurang dari nasabah akan merasa tidak puas karena pengalaman mereka tidak sesuai dengan harapan. *Expectation-Disconfirmation Theory (EDT)* dari Richard L. Oliver adalah salah satu teori paling berpengaruh dalam memahami kepuasan nasabah. Teori ini menekankan pentingnya

harapan awal nasabah dan bagaimana perbedaan antara harapan tersebut dan pengalaman aktual menentukan tingkat kepuasan. Untuk perusahaan, ini berarti penting untuk mengelola harapan nasabah dengan baik dan memastikan kinerja layanan yang tinggi untuk mencapai dan melampaui harapan tersebut.

Menurut Bearden dan Teel (1983) menyatakan bahwa kepuasan merupakan suatu hal yang penting bagi pemasar. Karena umumnya diasumsikan menjadi penentu yang signifikan dari pengulangan pembelian, positif *word of mouth*, dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, kepuasan merupakan perasaan senang yang didapatkan setelah terjadi pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen akan suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari semua perusahaan dan pelaku bisnis. Jika konsumen merasa puas dengan produk ataupun jasa yang diberikan maka konsumen akan percaya bahwa perusahaan yang menjual produk atau jasa tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan para konsumen. Menurut Schnaars (2016:91) bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas bagi para pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2016:94).

Dalam mencapai sebuah kepuasan dari konsumen perusahaan selalu berupaya memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik. Mulai dari meningkatkan pelayanan lebih extra, fasilitas dan lokasi yang selalu terjaga juga selalu menampung kritik serta saran dari nasabah untuk dilakukan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan konsumen akan merasa percaya dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Terlebih lagi dalam sistem jempot bola yang dimana langsung berhubungan dengan pelayanan dan *face to face* dengan nasabah.

2. Tabungan Wadiah

a. Pengertian Tabungan Wadiah

Secara terminologi, ada dua definisi wadi'ah yang dikemukakan pakar fiqh. Menurut ulama Hanafi, wadi'ah adalah mengikutsertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun melalui isyarat. Sedangkan Menurut Bank Indonesia (2008) akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan barang atau uang.

Demikian dalam fatwa DSN Nomor 02/DSNMUI/IV/2000 ditetapkan ketentuan umum tabungan berdasarkan prinsip wadiah, yaitu : Bersifat simpanan, simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan, dan tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank. Dalam fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional no. 02/DSNMUI/IV/2000, tabungan ada dua jenis, yaitu: pertama, tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan perhitungan bunga. Kedua, tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah yakni tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Menurut Undang-undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadi'ah dan atau investasi dana berdasarkan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Menurut Kasmir al wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip al wadi'ah merupakan titipan murni dari suatu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan

hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.

Tabungan wadi'ah adalah jenis simpanan yang menggunakan akad wadi'ah atau titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Produk tabungan wadi'ah di bank syariah menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikan kapan saja pemiliknya menghendaki. Karena wadi'ah yad dhamanah memiliki implikasi hukum yang sama dengan qardh, maka nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan harga tersebut. Namun demikian, bank syariah diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan dimuka. Dengan kata lain pemberian bonus merupakan kebijakan bank syariah yang bersifat sukarela.

b. Rukun dan Syarat Wadi'ah

Menurut hanafiah rukun wadi'ah ada satu, yaitu ijab dan qabul, sedangkan yang lain termasuk syarat dan tidak termasuk rukun. Menurut hanafiah dalam shighat ijab dianggap sah apa bila ijab tersebut dilakukan dengan perkataan yang jelas maupun dengan perkataan samar. Hal ini berlaku juga untuk qabul, diisyaratkan bagi yang menitipkan dan dititipkan barang dengan mukalaf. Tidak sah apabila yang menitipkan dan yang menerima benda titipan adalah orang gila atau anak yang belum dewasa (shabiy).

Menurut Syafi'iyah al wadi'ah memiliki tiga rukun, yaitu:

- 1) Barang yang dititipkan adalah barang atau benda itu merupakan sesuatu yang dapat dimiliki menurut syarat.
- 2) Orang yang menitipkan dan yang menerima titipan, diisyaratkan bagi penitip dan penerima titipan sudah baligh, berakal serta syarat-syarat lain yang sesuai dengan syarat-syarat yang berwakili.
- 3) Shighat ijab dan qabul al wadi'ah, diisyaratkan pada ijab qabul ini dimengerti oleh kedua belah pihak, baik dengan jelas maupun samar-samar.

c. Macam-Macam Tabungan Wadi'ah

Pada pelaksanaannya wadi'ah terdiri dari dua jenis yaitu :

1) Wadi'ah yad amanah Wadi'ah yad amanah

Akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititip dan tidak bertanggungjawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan.

2) Wadi'ah yad dhamanah Wadi'ah yad dhamanah

Akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang tersebut menjadi hak penerima titipan. Pada prinsip transaksi ini, pihak yang menitipkan barang/uang tidak perlu mengeluarkan biaya, bahkan atas kebijakan pihak yang menerima titipan, pihak yang menerima titipan dapat memperoleh manfaat berupa bonus atau hadiah.

d. Keunggulan Tabungan Wadiah

Keunggulan produk pada tabungan wadi'ah ini antara lain :

- 1) Aman dan terjamin
- 2) Kemudahan bertransaksi dimana saja dengan menggunakan layanan e-banking

- 3) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq, dan sedekah
- 4) Gratis penarikan uang di mesin ATM Bank Mandiri

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2002:24) kepuasan konsumen adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau jasa yang dirasakan. Sedangkan, menurut Kotler dan Keller (2014) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

b. Indikator Kepuasan

Kepuasan pelanggan yang menggunakan produk jasa dapat memberikan pendapat berbeda, sikap berbeda, dan berbicara berbeda. Pada umumnya kepuasan memiliki beberapa indikator (Tjiptono, 2009) yakni:

- a) Kesesuaian harapan
- b) Minat berkunjung kembali
- c) Kesiediaan merekomendasikan

c. 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 (Tjiptono, 2003:104) :

- 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.
- *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 *ghot shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

- *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.
- 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.

d. Faktor Menentukan Tingkat Kepuasan

Menurut Lupiyoadi (2001 hal 91-92), menyebutkan lima yang perlu diperhatikan antara lain :

- Kualitas Produk Konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

- Kualitas Pelayanan Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- Emosional Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- Biaya Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan konsumen menurut Mowen & Minor (2018) adalah sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menurut Putra & Indriyani (2018) kepercayaan adalah kondisi psikologis yang ada saat seseorang setuju untuk membuat diri seseorang rentan terhadapnya lain karena memiliki harapan positif tentang bagaimana keadaan akan berubah.

b. Indikator Kepercayaan

Untuk menjelaskan kepercayaan sebagai penimbul rasa kemauan untuk menggunakan produk layanan diperlukan mekanisme kepercayaan yang menjadi poin utama dan akurat dalam mempengaruhi keputusan memilih produk perbankan, walaupun individu tersebut belum terlalu mengenal dengan produk yang ditawarkan. Terdapat enam indikator yang dapat menilai kepercayaan, diantaranya (Morgan & Hunt, 1994) :

1. Memberikan layanan yang berkelanjutan.

2. Menawarkan produk dengan kualitas tinggi.
 3. Menyampaikan informasi secara terbuka perihal produk.
 4. Konsisten dalam ketepatan waktu dalam pelayanan produk.
 5. Memberikan respon yang baik & Memberikan kesan yang baik.
- c. Dimensi Kepercayaan

Robbin dan Judge menyebutkan lima dimensi kunci dalam konsep kepercayaan yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur kepercayaan, yaitu :

1. Integritas (*Integrity*), merujuk pada kejujuran
 2. Kompetensi (*competence*), terkait pada pengetahuan dan keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki individu.
 3. Konsistensi (*consistency*), berhubungan dengan keandalan, kemampuan memprediksi dan penilaian individu dalam menangani situasi.
 4. Loyalitas (*loyalty*), keinginan untuk melindungi dan menyelamatkan orang lain.
 5. Keterbukaan (*openness*), mengacu pada tiga aspek keterbukaan dalam komunikasi interpersonal, meliputi: Kesediaan terhadap pengungkapan diri asalkan pengungkapan tersebut memadai, Kesediaan untuk beraksi jujur terhadap pesan-pesan orang lain, dan Memiliki perasaan-perasaan dan pikiran-pikiran yang jernih.
5. Kualitas Produk
- a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kresnamurti (2012:3) “kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Jamaludin (2018) kualitas produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli,

digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar”.

b. Indikator Kualitas Produk

Indikator Kualitas Produk Menurut (Yamit, 2013: 11) sebagai berikut :

1. *Performance* (Kinerja). Adapun hal penting bagi konsumen ialah apakah kualitas produk menggambarkan situasi aktual atau apakah layanan diberikan dengan cara yang benar.
2. Rentang dan Jenis Fitur. Selain fungsi utama dari suatu produk dan layanan, nasabah sering tertarik pada kemampuan atau hak istimewa produk dan layanan.
3. Daya tahan. Berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.
4. Kemampuan Melayani Kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
5. *Ethical of Profile and Image* (Etika Profil dan Gambar) Kualitas ialah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

c. Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono dalam Windarti dan Ibrahim (2017) dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut :

6. Hasil Produk (*Performance*). Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.
7. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas

yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

8. Keandalan (*Reliability*). Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.
9. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*) yaitu kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
10. Daya Tahan (*Durability*). Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.
11. Kegunaan (*Service Ability*) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
12. Estetika (*Aesthetics*). Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.
13. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*). Kualitas yang dirasakan adalah kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merk.

6. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah sebagai alat ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Layanan merupakan kunci keberhasilan berbagai usaha atau kegiatan dalam menjalankan suatu usaha jasa. Kualitas layanan merupakan salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih Bank. Menurut Tjiptono (2012:75) layanan atau jasa merupakan “suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha yang sifatnya abstrak”. Jadi kualitas bank yang baik adalah apabila bank tersebut dapat memahami, mengerti kebutuhan-kebutuhan dari nasabahnya, bersikap ramah dan sopan, serta memberikan solusi yang cepat dan tepat.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2003: 455) berpendapat bahwa terdapat lima indikator kualitas pelayanan dalam jasa. Berdasarkan tingkat kepentingan yang ada juga terdapat lima indikator kualitas pelayanan jasa diantaranya :

1. Kehandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.
2. Daya tangkap (*Responsiveness*), yakni kemauan (daya tanggap) untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan perlindungan dan kepercayaan.
4. Empati (*Emphaty*), yaitu kemauan untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.

5. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan materi komunikasi.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2012:284) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu :

1. Bukti Fisik, penampilan fisik layanan Perusahaan seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, kebersihan, kerapihan dan media komunikasi.
2. Empati, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. Kehandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
4. Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan tepat dan cepat dalam melayani dan menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan.
5. Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

C. Landasan Teologis

Dalam dunia bisnis dan ekonomi, kepercayaan pada kualitas produk dan pelayanan memainkan peran penting dalam mencapai kepuasan nasabah. Terutama dalam industri perbankan, dimana nasabah mengandalkan lembaga keuangan untuk menyimpan dan mengelola uang mereka dengan aman dan efisien. Menyediakan produk tabungan yang berkualitas dan layanan yang prima bukan hanya sekedar strategi bisnis, tetapi juga memenuhi tanggung jawab etis yang dapat dipahami dari perspektif teologis.

Etika bisnis dalam konteks agama mengacu pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang ditetapkan oleh ajaran agama yang harus diterapkan

dalam aktivitas bisnis. Dalam Islam, etika bisnis mencakup kejujuran, keadilan, amanah, dan pelayanan yang baik. Penerapan etika bisnis ini sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah, terutama dalam industri perbankan, dimana kualitas produk dan pelayanan memainkan peran penting.

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur bagaimana bisnis dijalankan secara adil dan bertanggung jawab. Dalam konteks agama, etika bisnis mencakup norma-norma yang didasarkan pada ajaran agama, yang mengarahkan perilaku bisnis yang jujur, adil, dan amanah (dapat dipercaya). Menurut Milton Friedman (1970), tanggung jawab utama bisnis adalah meningkatkan keuntungan sambil mengikuti aturan permainan yang adil. Peter Drucker (1984) menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis, dimana bisnis harus memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam Islam, etika bisnis didasarkan pada ajaran Al-Quran dan Hadist yang menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip ini sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah, terutama dalam industri perbankan yang sangat bergantung pada kualitas produk dan pelayanan. Seperti firman Allah SWT yang berbunyi :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ
قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya : "Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan." (Al-Baqarah (2:283))

Ayat ini menekankan pentingnya menunaikan amanat dan tanggung jawab dalam transaksi. Dalam konteks perbankan, ini berarti bank harus menjaga amanat yang diberikan oleh nasabah dan memberikan pelayanan yang jujur dan berkualitas. Selain itu, ditegaskan juga tentang kejujuran dalam suatu hadits yang berbunyi :

....مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي.

“.....Dari Abu Hurairah, ia berkata : ketahuilah, barang siapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.” (H.R. Muslim). Jika dikatakan tidak termasuk golongan kami, maka itu menunjukkan perbuatan tersebut termasuk dosa besar.

Hadist ini menekankan pentingnya kejujuran dalam setiap transaksi bisnis. Dalam konteks perbankan, lembaga keuangan harus memastikan tidak ada penipuan dalam layanan atau produk yang mereka tawarkan kepada nasabah. Dalam praktiknya, prinsip-prinsip etika bisnis berdasarkan ajaran agama diterapkan dalam berbagai aspek operasional bank, termasuk : Kualitas Produk (Produk tabungan harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara yang adil dan transparan. Misalnya, bunga yang ditawarkan harus jelas dan sesuai dengan prinsip syariah jika bank tersebut adalah bank syariah), Kualitas Pelayanan (Layanan kepada nasabah harus profesional, cepat, dan efisien. Staf bank harus berperilaku jujur dan adil dalam semua interaksi dengan nasabah), dan Kepercayaan (Menjaga amanat nasabah, termasuk menjaga kerahasiaan data serta memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk dan layanan).

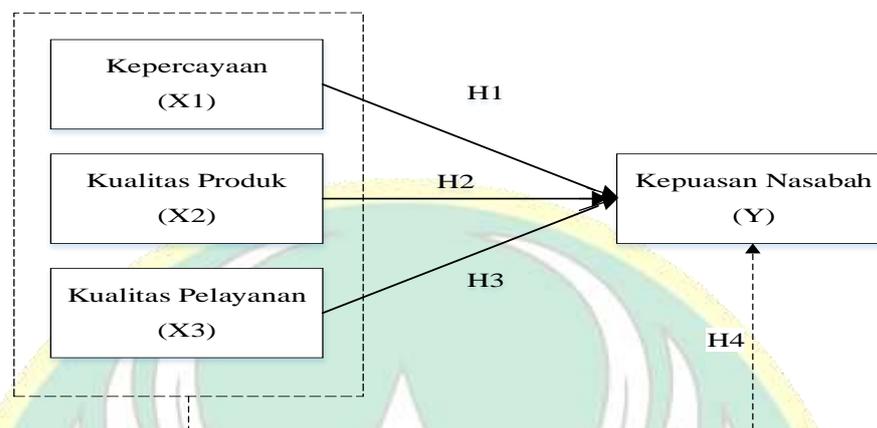
Dengan demikian, landasan teologis ini tidak hanya mendorong bisnis yang sukses tetapi juga memastikan bahwa bisnis tersebut berjalan sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

D. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel bebas (independent) yaitu kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Ada satu variabel terikat (dependent) yaitu kepuasan nasabah pada penghimpunan dana tabungan

wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto. Kerangka berfikirnya digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

————— Pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependent

----- Pengaruh secara simultan antara variabel independent terhadap variabel dependent

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang sifatnya sementara atau kesimpulan sementara atau dugaan yang bersifat logis tentang suatu populasi (Heryana, 2020). Hipotesis dapat juga didefinisikan sebagai proposisi atau dugaan yang belum terbukti yang secara tentatif menerangkan fakta-fakta atau fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap suatu pertanyaan (Sugiyono, 2011). Penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) yaitu Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan serta variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Nasabah. Adapun hipotesisnya yaitu :

1. Hubungan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan adalah persepsi akan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan

pihak yang dipercaya. Menurut (Lau & Lee, dalam Tjiptono, 2014, hal.78) Kepercayaan atau *trust* merupakan salah satu faktor yang sangat krusial dalam membentuk loyalitas dari konsumen karena sebagai bentuk kesediaan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan produk maupun jasa. Kesediaan dari konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan suatu produk ataupun jasa dalam situasi resiko, dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk atau jasa tersebut akan mampu memberikan hasil yang positif.

Dalam penelitian sebelumnya, penelitian oleh Ardiansyah Japlani, dkk (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kepercayaan yang meliputi kebaikan, integritas (prinsip) dan kompetensi (kemampuan) yang sangat baik dari nasabah, maka akan meningkatkan rasa kepuasan nasabah yang tinggi dan akan meningkat pula jumlah nasabah. Artinya jika variabel kepercayaan ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat.

H1 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Tabungan Wadiah.

2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Produk didefinisikan sebagai apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang ditawarkan dapat meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi, dan ide. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) mengartikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi: kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Inovasi pada produk dilakukan dengan

menciptakan produk yang benar-benar baru dan membuat produk yang menarik sesuai kebutuhan nasabah yang beragam.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risma dan kawan-kawan (2023) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Hal tersebut dikarenakan ketika suatu perusahaan memiliki produk yang lebih diunggulkan menjadi pengaruh atau tolak ukur yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yang ingin menggunakan suatu produk yang ada di perusahaan tersebut. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Tabungan Wadiah.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan atau Service *quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Oleh sebab itu, penilaian akan Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan untuk dapat memenuhi harapan pelanggan atau nasabah secara konsisten. Kualitas Pelayanan di perbankan dapat diperkirakan melalui fasilitas yang dimiliki bank memadai untuk melayani nasabah, para pekerja bank memiliki sikap yang ramah kepada nasabah dalam memberikan pelayanan, bank dapat diandalkan untuk memberikan sertifikasi keamanan data terhadap tabungan, serta pelayanan yang diberikan oleh bank tepat apabila nasabah mengalami keluhan.

Dalam penelitian sebelumnya, penelitian oleh Suwanto, dkk (2023) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan dan empati yang sangat baik, maka akan meningkatkan rasa kepuasan nasabah

yang tinggi dan akan meningkat pula jumlah nasabah. Faktor kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu bukti fisik dan jaminan harus mempertahankan dan meningkatkan faktor tersebut, dan yang kurang mempengaruhi adalah faktor tanggapan. Oleh karena itu, harus diperbaiki serta memberikan solusi yang baik untuk memuaskan nasabah. Artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat.

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Tabungan Wadiah.

4. Hubungan Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian sebelumnya, penelitian oleh Ivantan, dkk (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. BPR Syariah X”, dalam hasil penelitiannya secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Syariah X. Bahwa Hipotesisnya :

H4 : Secara simultan, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif Terhadap Kepuasan Nasabah pada Tabungan Wadiah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Suatu jenis penelitian yang menggunakan metode statistik atau kuantitatif (pengukuran) untuk memperoleh hasil. Metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, teknik, analisis data dan menarik kesimpulan (Musianto, 2002). Menurut (Moh Kasiram, 2009), penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data angka sebagai alat menganalisis data. Dapat disimpulkan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif bermaksud untuk dapat mengungkapkan pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian yang hendak digunakan peneliti tercantum dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode untuk mengilustrasikan atau menjelaskan hasil yang diperoleh melalui penelitian. Penelitian ini bersifat asosiatif merupakan penelitian yang mempunyai sifat hubungan antara dua variabel atau lebih.

Objek penelitian ini yaitu nasabah tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dan penelitian ini dilaksanakan dalam bentuk kuisisioner. Penelitian ini membahas mengenai kepuasan nasabah dalam penghimpunan dana tabungan wadiah terhadap pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Dimana variabel bebasnya yaitu kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan nasabah pada

penghimpunan dana tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto Jl. Kalibener No.14 Tipar, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53116. Responden yang akan dipilih adalah nasabah pengguna tabungan wadiah BPRS Bumi Artha Sampang KC di Purwokerto Timur, kabupaten Banyumas. Waktu penelitian dilakukan pada Bulan Januari – Juni 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC periode 2018- 2023 dengan jumlah nasabah 776.

2. Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang berdasarkan pada rumus slovin dengan margin error 10%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, menurut Sugiyono (2012:122) yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini pertimbangan untuk menjadi sampel penelitian adalah Nasabah tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dan menggunakan tabungan lebih dari 1 tahun.

Salah satu Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, untuk jumlah populasi yang besar maka rumus slovin lebih cocok digunakan untuk jumlah sampel (Sevilla et. al., 1960:182).

Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e² : batas toleransi kesalahan (error tolerance)

$$n = 776 / (1 + 776 \times (10\%)^2)$$

$$n = 776 / (1 + 776 \times (0,01))$$

$$n = 776 / (1 + 7,76)$$

$$n = 776 / (8,76)$$

n = 88, 58 responden dibulatkan menjadi 89 responden.

3. Variabel dan Indikator Penelitian

a. Variabel

Variabel merupakan lambang atau simbol yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat dimasukkan sebagai nilai atau angka. Variabel adalah atribut atau karakteristik berharga dari seseorang, objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang diidentifikasi peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan lebih lanjut. Dua variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1) Variabel Independen (Bebas)

Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan terjadinya variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) pada penelitian ini adalah Kepercayaan (X₁), Kualitas Produk (X₂) dan Kualitas Pelayanan (X₃).

2) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel independen atau bebas. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah Pada Penghimpunan Dana Tabungan Wadiah (Y).

b. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No.	Variabel	Konsep	Indikator
1.	Kepercayaan	Kepercayaan konsumen adalah sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. (Mowen & Minor, 2018)	a) Memberikan layanan yang berkelanjutan. b) Menawarkan produk dengan kualitas tinggi. c) Menyampaikan informasi secara terbuka perihal produk. d) Konsisten dalam ketepatan waktu dalam pelayanan produk. e) Memberikan respon yang baik & Memberikan kesan yang baik. (Morgan & Hunt, 1994)
2.	Kualitas Produk	Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.	a) <i>Perfomance</i> (Kinerja) b) Rentang dan Jenis Fitur c) Daya tahan d) Kemampuan Melayani Kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti. e) <i>Ethical of Profile and Image</i> (Etika Profil dan Gambar) (Yamit, 2013: 11)

		(Kotler dan Armstrong, 2012: 283) dalam Kresnamurti (2012: 3)	
3.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan atau jasa merupakan “suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance) atau usaha yang sifatnya abstrak”. Jadi kualitas bank yang baik adalah apabila bank tersebut dapat memahami dan mengerti kebutuhan-kebutuhan dari nasabahnya. (Tjiptono, 2012: 75)	a) Tangibles (bukti langsung) b) Reliability (kehandalan) c) Responsiveness (daya tangkap). d) Assurance (jaminan) e) Empaty (Empati) (Kotler, 2003: 445)
4.	Kepuasan Nasabah	Kepuasan Konsumen adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau jasa yang dirasakan. (Tjiptono, 2002: 24)	a) Kesesuaian harapan b) Minat berkunjung Kembali c) Kesiediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2009)

Sumber : *Data Sekunder Yang Diolah*

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang digunakan peneliti untuk mengungkapkan dan mengumpulkan informasi mengenai penelitian kuantitatif dari responden sesuai ruang lingkup penelitian (Siregar, 2013). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

1. Kuisisioner (Angket)

Metode angket atau kuesioner menurut Sugiyono (2012:199) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini di distribusikan kepada nasabah yang sedang melakukan transaksi tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala ordinal. Menurut (Siregar, 2013:23) skala ordinal adalah data yang dikategorikan dalam tingkatan mempunyai jenjang mulai dari tingkatan paling tinggi hingga tingkat paling rendah dan menggunakan jarak guna memberi nilai dengan jawaban yang diberikan. Variabel-variabel tersebut diukur dengan instrument pengukur dalam bentuk angket atau kuisisioner berskala ordinal yang memenuhi persyaratan tipe skala likert.

Menurut Sugiyono (2019:146), Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel-variabel yang ingin diukur akan diubah menjadi variabel indikator. Indikator-indikator tersebut kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun item alat yang dapat berbentuk pernyataan atau pertanyaan.

Wujud pernyataan pada skala ordinal, yakni pernyataan positif yang diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Wujud jawaban dalam skala ordinal meliputi sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Pengumpulan data yakni tahapan yang melibatkan pengumpulan data primer dan data sekunder pada sebuah penelitian. Pengumpulan data yakni tahapan yang sangat penting sebab data yang dilakukan pengumpulan dan hendak dipakai guna memecahkan permasalahan penelitian ataupun melakukan pengujian hipotesis yang sudah dilakukan perumusan sebelumnya.

Bentuk dari skala tersebut adalah :

Tabel 3.2

Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

No.	Pernyataan	Kode	Penilaian
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Netral	N	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

Sumber : *Data Sekunder Yang Diolah*

2. Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Narbuko dan Achmadi, 2008:71). Observasi dilakukan dengan mengamati kejadian di lapangan yaitu mengidentifikasi langsung terkait pengaruh kepercayaan, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada penghimpunan dana tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto. Dengan melakukan observasi dapat memberikan suatu gambaran kepada peneliti terkait tujuan awal dalam melakukan penelitian dan dapat menghindari kesalahan yang dapat menjadi hasil bias selama proses penelitian.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:226) pengumpulan dokumentasi dengan pengumpulan data yang diperoleh di lapangan dari jawaban pertanyaan dan foto-foto metode dokumentasi digunakan rangka memberikan gambaran konkrit dari seseorang. Pada teknik dokumentasi ini peneliti mencari data dalam bentuk dokumen atau arsip yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini data primer diperoleh melalui wawancara, pemberian kuisioner dan melakukan observasi tentang pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada penghimpunan dana tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

2. Data Sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2013) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen usaha dan buku-buku literature yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada penghimpunan dana tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan untuk mengolah data menjadi informasi yang dapat dipahami dan memperoleh jawaban kuantitatif atas pertanyaan “Apakah pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada penghimpunan dana tabungan wadiah?”. Untuk menganalisis penelitian ini perlu dilakukan perhitungan statistik, khususnya statistik deskriptif. Alat yang digunakan untuk perhitungan statistik pada penelitian ini adalah program SPSS versi 26.0. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) program untuk mengolah data statistik yang paling banyak digunakan untuk menyelesaikan tugas penelitian (skripsi). Kegiatan dalam

analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data untuk setiap rumus dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017).

1. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan kesesuaian antara data yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2012:348) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk menunjukkan derajat ketepatan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total. Metode kolerasi yang dipakai dalam penelitian ini untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah *kolerasi pearson product moment*.

Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r hitung	= koefisien korelasi
$\sum x$	= jumlah skor butir
$\sum y$	= jumlah skor total
N	= jumlah sampel

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel dengan syarat pengujian apabila r hitung > r tabel dengan $\alpha=0,05$ dengan bunyi hipotesis berdasarkan uji dinyatakan validitas dan jika r hitung < r tabel maka hipotesis tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menguji apakah suatu instrumen pertanyaan kuesioner merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut definisi Sugiyono (2012:354) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan akurat apabila pengukuran dilakukan dengan cara berulang-ulang. Uji reliabilitas digunakan dalam rumus Crowbach's Alpha.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Ghozali (2018:45). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Menurut Nursalam (2003) Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan apabila fakta diukur atau diamati berkali-kali dalam waktu yang berlainan. Alat dan cara mengukur atau mengamati sama-sama memegang peranan penting dalam waktu yang bersamaan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu hasilnya relatif sama.

Rentang Nilai Alpha Cronbach's adalah $\alpha < 0.50$ reliabilitas rendah, $0.50 < \alpha < 0.70$ reliabilitas moderat, $\alpha > 0.70$ maka reliabilitas mencukupi (sufficient reliability), $\alpha > 0.80$ maka reliabilitas kuat, $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Semakin kecil nilai alpha menunjukkan semakin banyak item yang tidak reliabel. Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (reliable) apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2016). Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas

adalah sebagai berikut : Apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (reliable). Apabila nilai Cronbach's Alpha < 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (not reliable).

Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) - \left[1 - \frac{\sum a_{bt}^2}{a_{bt}^2} \right]$$

Dimana :

r = koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_{bt}^2$ = jumlah variabel butir

a_{bt}^2 = varians total.

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha apabila r hitung > r tabel maka hasil pengujian hipotesis tersebut reliabel dan juga sebaliknya jika r hitung < r tabel, maka hasil pengujian hipotesis tidak reliabel. Pengujian penelitian ini dilakukan dengan *model Cronbach's Alpha*.

2. Uji Hipotesis

Untuk memastikan pentingnya setiap variabel terkait dalam model penelitian, maka dilakukan pengujian hipotesis.

1) Uji Rank Spearman Correlation

Korelasi Rank Spearman mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan *bivariate*) dimana kedua variabel yang berkorelasi berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang. Menurut Sugiyono (2014:356) *korelasi rank spearman* adalah korelasi digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antara variabel tidak harus sama. Kuatnya hubungan atau pengaruh dinamakan koefisiensi peringkat spearman.

Rumusnya sebagai berikut :

$$\rho = 1 - \frac{6\sum b_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :

ρ = Koefisien korelasi Spearman Rank

b_i = Perbedaan setiap pasang rank

n = Jumlah pasang rank

Menurut Sugiyono (2014:358) untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antara variabel yang diteliti digunakan interpretasi korelasi.

Interpretasi Korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3

Interprestasi korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2014:358)

2) Uji Koefisien Konkordansi *Kendall* (*Kendall's W test*)

Menurut S.F Anggun (2021) Koefisien Konkordansi Kendall W memiliki kegunaan untuk mencari korelasi antara dua atau lebih variabel independent secara bersama-sama dengan variabel dependen atau pengaruh secara simultan, dimana variabel yang dikorelasikan berskala ordinal. Uji untuk mengetahui keselarasan (konkordansi) diberikan nilai seperti korelasi 0 sampai 1. Apabila 0 maka responden tidak selaras, sedangkan jika 1 maka responden selaras. Nilai 0,5 dianggap sebagai tingkat keselarasan cukup tinggi.

Rumus Koefisien Konkordansi Kendall W adalah :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)}$$

Keterangan :

W : Koefisien korelasi konkordansi Kendal W

S : Jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean RJ

jadi S,
$$S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2$$

K : Banyaknya himpunan ranking penjenjang (banyak penilai)

R_j : Jumlah ranking yang diberikan

N : Banyak individu yang diberi ranking

$\frac{1}{12}k^2 (N^3 - N)$: Jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna di antara k ranking.

3) Regresi Ordinal

Menurut S.F Anggun (2021) analisis uji regresi ordinal dilakukan karena data yang dianalisis merupakan skala pengukuran ordinal. Tujuannya memperoleh teknik yang tepat dan sederhana untuk mencerminkan hubungan antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependen). Pada analisis ordinal, variabel independen berupa faktor (variabel kategori) atau kovariat (variabel kontinu) atau variabel independen yang pengaruhnya terhadap variabel dependen harus dikontrol. Untuk dapat mengetahui pengaruh antar masing-masing koefisien regresi, dapat dilihat apakah nilai signifikan pada bagian estimasi parameter $\leq \alpha$ (0,05) maka dikatakan signifikan (Isna, 2013).

Rumus regresi ordinal sebagai berikut :

$$\text{Logit}(\rho_1) = \text{Log} \frac{\rho_1}{1 - \rho_1} = a_1 + \beta X$$

$$\text{Logit}(\rho_1) = \text{Log} \frac{\rho_1 + \rho_2}{1 - \rho_1 - \rho_2} = a_1 + \beta X$$

$$\text{Logit}(\rho_1 + \rho_2 + \dots + \rho_k)$$

$$= \text{Log} \frac{\rho_1 + \rho_2 + \dots + \rho_k}{1 - \rho_1 - \rho_2 - \dots - \rho_k}$$

$$= a_1 + Bx$$

Keterangan :

ρ_1 : Probabilitas rendah

p_1+p_2 : Probabilitas sedang

$p_1+p_2+p_3$: Probabilitas tinggi



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Perintisan Bank Syariah Bumi Artha Sampang di mulai sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan. H. Kholipan mengutarakan keinginannya kepada Buyar Winarso yang merupakan relasi bisnisnya. Oleh Buyar Winarso, H. Kholipan dipertemukan dengan Soedjito yang berdomisili di Jogjakarta. Proposal kelayakan pendirian Bank Syariah Bank Bumi Artha Sampang disiapkan dan diselesaikan oleh Soedjito.

Pada awalnya proposal pendirian merupakan proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat konvensional, akan tetapi karena ketertarikan H. Kholipan kepada perbankan syari'ah, maka proposal diubah menjadi proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah dengan nama PT. BPRS Bumi Artha Sampang. Bank Syariah Bumi Artha Sampang resmi berdiri berdasarkan Akta Pendirian No. 06 tanggal 6 September 2006, di hadapan Naimah, S.H, M.H., yang merupakan notaris di Cilacap dan dengan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM No. W9.00204 HT : 01.01.Th 2006 tertanggal 12 Desember 2006, serta berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 9/24/Kep-GBI uni 2007 tentang pemberian ijin usaha perbankan di Indonesia.

Bank Syariah Bumi Artha Sampang (BAS) saat ini memiliki satu kantor cabang yang terletak di Jl. Pemuda No. 30 Kebumen dan tiga kantor kas yang masing-masing terletak di Jl. Ahmad Yani No. 60 Sidareja dan Jl. Ahmad Yani Cipari serta Jl Raya Cimanggu Km. 8 Cimanggu. Bank Syariah BAS juga sedang merintis kantor cabang baru yang terletak di Jl. Kalibener No.14 Purwokerto.

2. Visi dan Misi BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

Visi BPRS Bumi Artha Sampang adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”. Sedangkan misi BPRS Bumi Artha Sampang ada 5 poin yaitu:

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

B. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dibagikan kepada responden yang dalam hal ini adalah Nasabah Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, yang dilaksanakan pada tanggal 4 Juni s/d 14 Juni 2024, maka dapat diambil beberapa gambaran responden. Adapun gambaran responden sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Perempuan	73	82,02%
2	Laki-laki	16	17,98%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024

Dari tabel 4.1 maka dapat diketahui jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu 73 orang dengan presentase sebesar 82,02%. Sedangkan jumlah responden laki-laki yaitu 16 orang dengan presentase 17,98%. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan

bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan lebih besar daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki.

2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Umur	Frekuensi	Presentase
1	18-25 tahun	5	5,62%
2	25-40 tahun	39	43,82%
3	>40 tahun	45	50,56%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang terdiri dari usia 18-25 tahun berjumlah 5 orang dengan presentase 5,62%, responden dari usia 25-40 tahun berjumlah 39 orang dengan presentase 43,82% dan responden dari usia >40 tahun berjumlah 45 orang dengan presentase 50,56%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang berumur 25-40 lebih banyak yang menggunakan tabungan wadiah.

3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SMP	19	21,35%
2	SMA	26	29,21%
3	D3	4	4,49%
4	S1	5	5,62%
5	SD	35	39,33%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP sebanyak 19 responden atau setara dengan 21,35%. Pendidikan SMA sebanyak 26 responden atau setara dengan 29,21%. D3 sebanyak 4 responden atau setara dengan 4,49%, S1 sebanyak 5 responden dengan presentase 5,62%. Kemudian pendidikan terakhir SD sebanyak 35 responden dengan presentase 39,33%. Maka berdasarkan tabel yang dipaparkan sebelumnya, responden yang memiliki pendidikan terakhir lainnya (SD) lebih mendominasi dengan responden 35% atau presentase 39,33%.

4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	IRT	43	48,31%
2	Pedagang	34	38,20%
3	Pegawai Swasta	8	8,99%
4	Wiraswasta	1	1,12%
5	Pelajar	1	1,12%
6	PNS	1	1,12%
7	Tidak Bekerja	1	1,12%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden terlihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 43 orang atau setara dengan 48,31%, Pedagang sebanyak 34 orang atau setara dengan 38,20%, Pegawai Swasta sebanyak 8 orang atau setara dengan 8,99%, wiraswasta sebanyak 1 orang atau setara dengan 1,12%, Pelajar sebanyak 1 orang atau setara dengan 1,12%, PNS sebanyak 1 orang atau setara dengan 1,12%, dan

yang terakhir tidak bekerja sebanyak 1 orang atau setara dengan 1,12%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi adalah IRT (Ibu Rumah Tangga) sebanyak 43 dengan presentase 48,31%.

5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Pembukaan Rekening

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Pembukaan Rekening

No.	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	<2020	33	37,08%
2	2021	18	20,22%
3	2022	12	13,48%
4	2023	26	29,21%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 melalui kuesionar menurut tahun pembukaan rekening nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto pada 100 responden. Diketahui bahwa jumlah responden yang menjadi nasabah tahun <2020 yaitu sebanyak 33 orang atau setara dengan 37,08%, untuk responden pada tahun 2021 sebanyak 18 orang atau setara dengan 20,22%, untuk responden pada tahun 2022 sebanyak 12 orang atau setara dengan 13,48%, untuk responden yang membuka rekening pada tahun 2023 sebanyak 26 orang atau setara dengan 29,21%. Dari pernyataan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang membuka rekening di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto lebih dominan pada tahun <2020 sebanyak 33 nasabah dengan presentase 37,08%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan pada sebuah kuisisioner maka dilakukan uji validitas. Setiap item kuisisioner memiliki nilai r hitung yang nantinya akan dibandingkan dengan r tabel agar dapat menyimpulkan data tersebut valid atau tidak. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dalam perhitungannya dengan $\alpha = 0,05$. Untuk mengetahui nilai r tabel maka dengan melihat nilai-nilai r tabel *product moment* dan diperoleh nilai r tabel yaitu 0,2084 dengan 89 responden dan signifikan yang digunakan 5%. Jika nilai r tabel diperoleh dari hasil perhitungan, maka nilai r hitung akan diperoleh dengan menggunakan aplikasi SPSS yaitu dengan melakukan analisis korelasi bivariate pada setiap pernyataan kuisisioner. Suatu data dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,2084	0,794	Valid
	X1.2	0,2084	0,816	Valid
	X1.3	0,2084	0,784	Valid
	X1.4	0,2084	0,773	Valid
	X1.5	0,2084	0,801	Valid
	X1.6	0,2084	0,793	Valid
	X1.7	0,2084	0,808	Valid
	X1.8	0,2084	0,792	Valid
	X1.9	0,2084	0,754	Valid
	X1.10	0,2084	0,819	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,2084	0,838	Valid

	X2.2	0,2084	0,771	Valid
	X2.3	0,2084	0,800	Valid
	X2.4	0,2084	0,806	Valid
	X2.5	0,2084	0,808	Valid
	X2.6	0,2084	0,856	Valid
	X2.7	0,2084	0,700	Valid
	X2.8	0,2084	0,851	Valid
	X2.9	0,2084	0,822	Valid
	X2.10	0,2084	0,702	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,2084	0,827	Valid
	X3.2	0,2084	0,805	Valid
	X3.3	0,2084	0,841	Valid
	X3.4	0,2084	0,853	Valid
	X3.5	0,2084	0,867	Valid
	X3.6	0,2084	0,845	Valid
	X3.7	0,2084	0,822	Valid
	X3.8	0,2084	0,843	Valid
	X3.9	0,2084	0,853	Valid
	X3.10	0,2084	0,687	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,2084	0,856	Valid
	Y.2	0,2084	0,873	Valid
	Y.3	0,2084	0,796	Valid
	Y.4	0,2084	0,788	Valid
	Y.5	0,2084	0,831	Valid

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS , 2024

Berdasarkan tabel diatas, mendapatkan hasil bahwa perhitungan validitas dari setiap item pertanyaan pada setiap variabel ditunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari nilai r_{tabel} sebesar 0,2084. Dapat disimpulkan bahwa setiap penilaian pada kuisisioner dianggap valid, yang menunjukkan adanya kesesuaian antara data yang dikumpulkan

dengan data dilapangan. Semua pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur masing-masing variabel yaitu Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Kepuasan Nasabah (Y).

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui kestabilan jawaban dari responden terhadap pernyataan yang ada disetiap variabel penelitian. Suatu data dapat dikatakan reliable jika nilai Cronbach's Alpha \geq nilai batas. Sedangkan nilai batas yang dimaksudkan yaitu sebesar 0,60. Berikut adalah hasil dari uji realibilitas pada penelitian ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach's alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepercayaan	0,934	$\geq 0,60$	Reliabel
Kualitas Produk	0,935		Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,948		Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,885		Reliabel

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha pada variabel Kepercayaan atau X_1 sebesar 0,934 untuk variabel Kualitas Produk atau X_2 sebesar 0,935 untuk variabel Kualitas Pelayanan atau X_3 sebesar 0,948 dan untuk variabel Kepuasan Nasabah atau Y sebesar 0,885. Semua nilai Cronbach's alpha di atas nilainya lebih besar dari nilai batas atau nilai standar yaitu 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya. Reliabilitas

adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat digunakan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran data tetap konsisten ketika bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap data yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama (Taherdoost, 2018).

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Rank Spearman Correlation

Korelasi rank spearman adalah teknik yang digunakan pada kelompok statistika nonparametik. Korelasi rank spearman ini berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara dua variabel (hubungan bivariate), dan kedua variabel tersebut berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk dilakukan perangkingan. Uji korelasi rank spearman ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai sig. (2-tailed) dengan α (0.05). Apabila nilai sig(2-tailed) > 0,05 maka H₀ diterima dan jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka H₀ tidak diterima.

Tabel 4.8
Hasil Uji Rank Spearman

Variabel	Nilai sig. (2-tailed)	Correlation Coeficient	Keterangan
Kepercayaan (X ₁) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y)	0,000	0,377	Adanya korelasi antara Variabel Kepercayaan (X ₁) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y). Nilai koefisien menunjukkan angka 0,377 yang berarti lemah dan bernilai

			positif atau searah.
Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y)	0,000	0,402	Adanya korelasi antara Variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y). Nilai koefisien menunjukkan angka 0,402 yang berarti sedang dan bernilai positif atau searah.
Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y)	0,000	0,501	Adanya korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y). Nilai koefisien menunjukkan angka 0,501 yang berarti sedang dan bernilai positif atau searah.

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.8 Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil uji rank spearman Kepercayaan (X_1) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah, menunjukkan nilai sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,000 atau $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,377 yang berarti lemah dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika kepercayaan meningkat terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan meningkat, dan semakin

rendah kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan semakin rendah. Dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel kepercayaan (X_1) dengan variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y).

Variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y), menunjukkan nilai sig. (2 tailed) menunjukkan angka 0,000 atau $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara variabel Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,402 yang berarti sedang dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika Kualitas Produk meningkat kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan meningkat, dan semakin rendah Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan semakin rendah. Dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_2) dengan variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y).

Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y), menunjukkan nilai sig. (2 tailed) menunjukkan angka 0,000 atau $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,501 yang berarti sedang dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika Kualitas Pelayanan meningkat terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan meningkat, dan semakin rendah Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah juga akan semakin rendah. Dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel Kualitas

Pelayanan (X_3) dengan variabel kepuasan nasabah pada tabungan wadiah (Y).

b. Uji Koefisien Kendall's W (Konkordansi W)

Uji Kendall's W ini digunakan untuk menentukan asosiasi dari nilai sampel yang diuji. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 tidak diterima. Hasil dari uji Kendall's W dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Konkordansi Kendall's W

Variabel	Mean Rank
Kepercayaan	3,09
Kualitas Produk	3,08
Kualitas Pelayanan	2,80
Kepuasan	1,02

Sumber : Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.9, disajikan nilai mean rank dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai mean rank dari variabel kepercayaan (X_1) adalah 3,09, variabel kualitas produk (X_2) adalah 3,08, variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah 2,80 dan variabel kepuasan (Y) adalah 1,02.

Tabel 4.10

Hasil Konkordansi Uji Kendall's W

Kendall's	Asymp.Sig	Keterangan
0,634	0,000	Adanya korelasi yang kuat antara variabel kepercayaan (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan kepuasan (Y) dengan arah positif.

Sumber : Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.10 menunjukkan jumlah responden sebanyak 89 dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai konkordansi kendall's sebesar 0,634. Nilai konkordansi tersebut menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Kepuasan Nasabah (Y) dengan arah positif. Sedangkan jika dilihat dari nilai asymp, sig, dapat diketahui jika nilai asymp, sig ($0,000$) $<$ $0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Tabungan Wadiah.

c. Hasil Analisis Regresi Ordinal

Uji regresi ordinal merupakan metode statistic yang digunakan ketika variabel penelitian berskala ordinal. Regresi ordinal berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, uji regresi ordinal ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari kepercayaan (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Berikut adalah hasil uji regresi ordinal.

a. Regresi Ordinal Parsial

i. Hasil Uji Variabel Kepercayaan Dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.11
Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Y	1	3	3,4%
	2	16	18,0%
	3	70	78,7%
X1	1	3	3,4%
	2	5	5,6%
	3	81	91,0%

Valid	89	100,0%
Missing	0	
Total	89	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Dari tabel di atas maka dapat diketahui jika data yang diteliti berjumlah 89 dan semuanya dapat diolah karena tidak ada yang masuk dalam kategori missing. Berdasarkan data yang diperoleh dari 89 responden, diketahui bahwa kepuasan dengan kategori rendah berjumlah 3 orang atau 3,4%, kategori sedang berjumlah 16 orang atau 18,0% dan kategori tinggi berjumlah 70 orang atau 78,7%. Dan variabel kepercayaan dengan kategori rendah berjumlah 3 orang atau 3,4%, kategori sedang berjumlah 5 orang atau 5,6% dan kategori tinggi berjumlah 81 orang atau 91,0%.

Tabel 4.12
Model Fitting Information

-2 Log Likelihood	Chi-Square	Sig.	Keterangan
41.628 11.843	29.785	.000	Signifikan

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.12 memperoleh keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model tidak signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model signifikan.

Pada data output model fitting information, diketahui nilai kolom sig pada tabel model fitting information mengindikasikan hasil yang signifikan bahwa nilai 2log likelihood awal tanpa memasukkan variabel independen (intercept only) yaitu 41,628 sedangkan nilai 2log likelihood dengan memasukkan variabel independen ke model (final) terjadi penurunan nilai menjadi 11,843 dan perubahan tersebut merupakan nilai chi-square yaitu 29,785.

Sedangkan pada kolom sig. menunjukkan nilai sebesar 0,000 berarti model signifikan atau fit karena $< \alpha$ (0,05).

Tabel 4.13
Goodness-of-Fit

Chi-Square	Sig.	Keterangan
3.861	.145	Model Layak Digunakan
4.210	.122	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.13 memperoleh keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model tidak signifikan.

Pada data output goodness of-fit dapat diketahui jika nilai pearson sebesar 3,861 dengan signifikansi 0,145 ($>0,05$) dan deviance sebesar 4.210 dengan signifikansi 0,122 ($>0,05$). Hal ini berarti model sesuai dengan data empiris atau model layak untuk digunakan.

Tabel 4.14
Pseudo R-Square

Cox and Snell	.145
Nagelkerke	.403
McFadden	.274

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat diketahui bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu kepercayaan. Untuk mengetahui hal tersebut, dapat dilihat dari nilai McFadden pada baris ketiga sebesar 0,274.

Tabel 4.15
Parameter Estimates

	Estimate	Sig.	Keterangan
Y = 1	-5.738	.000	Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah
Y = 2	-1.840	.000	
X1 = 1	-6.446	.000	
X1 = 2	-3.789	.002	
X1 = 3	0		

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada bagian estimasi parameter, menjelaskan pengaruh dari setiap koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika dalam kolom sig. $< 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Pada tabel di atas pada kolom sig. location adalah 0,000 dan 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

Interpretasi pada bagian parameter estimates dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dengan baseline, kategori sedang. Dari perhitungan estimasi parameter di atas, maka dapat dilihat bahwa kepercayaan dengan kategori rendah dan kepercayaan dengan kategori tinggi mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai (sig.=0,000 $< (0,05)$) dengan nilai estimate sebesar -6,446. Sedangkan kepercayaan yang sedang dibandingkan kepercayaan yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig.= 0,002 $< (0,05)$) dengan nilai estimates -3,789. Dapat disimpulkan perbandingan kategori kepercayaan terhadap baseline dengan nilai estimates -6,441 dan -3,789 adalah semakin rendah kepercayaan maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

b. Hasil Uji Variabel Kualitas Produk Dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.16

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Y	1	3	3,4%
	2	16	18,0%
	3	70	78,7%
X2	1	4	4,5%
	2	11	12,4%
	3	74	83,1%
Valid		89	100,0%
Missing		0	
Total		89	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Dari tabel di atas maka dapat diketahui jika data yang diteliti berjumlah 89 dan semuanya dapat diolah karena tidak ada yang masuk dalam kategori missing. Berdasarkan data yang diperoleh dari 89 responden, diketahui bahwa kualitas produk dengan kategori rendah berjumlah 3 orang atau 3,4%, kategori sedang berjumlah 16 orang atau 18,0% dan kategori tinggi berjumlah 70 orang atau 78,7%. Dan variabel kualitas produk dengan kategori rendah berjumlah 4 orang atau 4,5%, kategori sedang berjumlah 11 orang atau 12,4% dan kategori tinggi berjumlah 74 orang atau 83,1%.

Tabel 4.17
Model Fitting Information

-2 Log Likelihood	Chi-Square	Sig.	Keterangan
37.557			Signifikan
14.857	22.699	.000	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.17 memperoleh keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model tidak signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model signifikan.

Pada data output model fitting information, diketahui nilai kolom sig pada tabel model fitting information mengindikasikan hasil yang signifikan bahwa nilai 2log likelihood awal tanpa memasukkan variabel independen (intercept only) yaitu 37,557 sedangkan nilai 2log likelihood dengan memasukkan variabel independen ke model (final) terjadi penurunan nilai menjadi 14,857 dan perubahan tersebut merupakan nilai chi-square yaitu 22,699. Sedangkan pada kolom sig. menunjukkan nilai sebesar 0,000 berarti model signifikan atau fit karena $< \alpha (0,05)$.

Tabel 4.18
Goodness-of-Fit

Chi-Square	Sig.	Keterangan
2.557	.278	Model Layak Digunakan
2.913	.233	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.18 memperoleh keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model tidak signifikan.

Pada data output goodness of-fit dapat diketahui jika nilai pearson sebesar 2,557 dengan signifikansi 0,278 ($>0,05$) dan deviance sebesar 2,913 dengan signifikansi 0,233 ($>0,05$). Hal ini berarti model sesuai dengan data empiris atau model layak untuk digunakan.

Tabel 4.19
Pseudo R-Square

Cox and Snell	.225
Nagelkerke	.319
McFadden	.208

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.19 maka dapat diketahui bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu kualitas produk. Untuk mengetahui hal tersebut, dapat dilihat dari nilai McFadden pada baris ketiga sebesar 0,208.

Tabel 4.20
Parameter Estimates

	Estimate	Sig.	Keterangan
Y = 1	-4.759	.000	Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah
Y = 2	-1.987	.000	
X2 = 1	-4.321	.000	
X2 = 2	-2.528	.000	
X2 = 3	0		

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada bagian estimasi parameter, menjelaskan pengaruh dari setiap koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika dalam kolom sig. $< 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Pada tabel di atas pada kolom sig. location adalah 0,000 dan 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

Interpretasi pada bagian parameter estimates dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dengan baseline, kategori sedang. Dari perhitungan estimasi parameter di atas, maka dapat dilihat bahwa kualitas produk dengan kategori rendah dan kualitas produk dengan kategori tinggi mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai ($\text{sig.}=0,000 < (0,05)$) dengan nilai estimate sebesar -4,321. Sedangkan kualitas produk yang sedang dibandingkan kualitas produk yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan ($\text{sig.}= 0,000 < (0,05)$) dengan nilai estimates -2,528. Dapat disimpulkan perbandingan kategori kualitas produk terhadap baseline dengan nilai estimates -4,321 dan -2,528 adalah semakin rendah kualitas produk maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

c. Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.21
Case Processing Summary

	N	Marginal Percentage
Y 1	3	3,4%
2	16	18,0%
3	70	78,7%
X3 1	7	7,9%
2	5	5,6%
3	77	86,5%
Valid	89	100,0%
Missing	0	
Total	89	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Dari tabel di atas maka dapat diketahui jika data yang diteliti berjumlah 89 dan semuanya dapat diolah karena tidak ada yang masuk dalam kategori missing. Berdasarkan data yang diperoleh dari 89 responden, diketahui bahwa kepuasan nasabah dengan kategori rendah berjumlah 3 orang atau 3,0%, kategori sedang berjumlah 16

orang atau 18,0% dan kategori tinggi berjumlah 70 orang atau 78,7%. Dan variabel kualitas pelayanan dengan kategori rendah berjumlah 7 orang atau 7,9%, kategori sedang berjumlah 5 orang atau 5,6% dan kategori tinggi berjumlah 77 orang atau 86,5%.

Tabel 4.22
Model Fitting Information

-2 Log Likelihood	Chi-Square	Sig.	Keterangan
44.158			Signifikan
12.174	31.443	.000	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.22 memperoleh keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model tidak signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model signifikan.

Pada data output model fitting information, diketahui nilai kolom sig pada tabel model fitting information mengindikasikan hasil yang signifikan bahwa nilai 2log likelihood awal tanpa memasukkan variabel independen (intercept only) yaitu 44,158 sedangkan nilai 2log likelihood dengan memasukkan variabel independen ke model (final) terjadi penurunan nilai menjadi 12,174 dan perubahan tersebut merupakan nilai chi-square yaitu 31,443. Sedangkan pada kolom sig. menunjukkan nilai sebesar 0,000 berarti model signifikan atau fit karena $< \alpha (0,05)$.

Tabel 4.23
Goodness-of-Fit

Chi-Square	Sig.	Keterangan
2.600	.272	Model Layak Digunakan
2.824	.244	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.23 memperoleh keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model tidak signifikan.

Pada data output goodness of-fit dapat diketahui jika nilai pearson sebesar 2,600 dengan signifikansi 0,272 ($>0,05$) dan deviance sebesar 2,824 dengan signifikansi 0,244 ($>0,05$). Hal ini berarti model sesuai dengan data empiris atau model layak untuk digunakan.

Tabel 4.24
Pseudo R-Square

Cox and Snell	.298
Nagelkerke	.422
McFadden	.289

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.24 maka dapat diketahui bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu kualitas pelayanan. Untuk mengetahui hal tersebut, dapat dilihat dari nilai McFadden pada baris ketiga sebesar 0,289.

Tabel 4.25
Parameter Estimates

	Estimate	Sig.	Keterangan
Y = 1	-5.576	.000	Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah
Y = 2	-2.027	.000	
X3 = 1	-5.022	.000	
X3 = 2	-3.070	.003	
X3 = 3	0		

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada bagian estimasi parameter, menjelaskan pengaruh dari setiap koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika dalam kolom sig. $< 0,05$ maka dapat dikatakan

signifikan. Pada tabel di atas pada kolom sig.location adalah 0,000 dan 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

Interpretasi pada bagian parameter estimates dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dengan baseline, kategori sedang. Dari perhitungan estimasi parameter di atas, maka dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dengan kategori rendah dan kualitas pelayanan dengan kategori tinggi mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai (sig.=0,000 $< (0,05)$) dengan nilai estimate sebesar -5,022. Sedangkan kualitas pelayanan yang sedang dibandingkan kualitas pelayanan yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig.= 0,003 $< (0,05)$) dengan nilai estimates -3,070. Dapat disimpulkan perbandingan kategori kualitas pelayanan terhadap baseline dengan nilai estimates -5,022 dan -3,070 adalah semakin rendah kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

b. Regresi Ordinal Simultan

Tabel 4.26
Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Y	1	3	3,4%
	2	16	18,0%
	3	70	78,7%
X1	1	3	3,4%
	2	5	5,6%
	3	81	91,0%
X2	1	4	4,5%
	2	11	12,4%

	3	74	83,1%
X3	1	7	7,9%
	2	5	5,6%
	3	77	86,5%
	Valid	89	100,0%
	Missing	0	
	Total	89	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS , 2024

Pada tabel 4.26 dapat diketahui bahwa data yang berjumlah 89 dapat diproses karena tidak ada data yang masuk ke kategori missing. Dapat dilihat bahwa variabel kepuasan (Y) dengan kategori rendah 3 responden atau 3,4%, kategori sedang 16 responden atau 18,0%, kategori tinggi 70 responden atau 78,7%. Variabel Kepercayaan (X₁) dengan kategori rendah 3 responden atau 3,4%, kategori sedang 5 responden atau 5,6% dan kategori tinggi 81 responden atau 91,0%. Variabel Kualitas Produk (X₂) dengan kategori rendah 4 responden atau 4,5%, kategori sedang 11 responden atau 12,4% dan kategori tinggi 74 responden atau 83,1%. Variabel Kualitas Pelayanan (X₃) dengan kategori rendah 7 responden atau 7,9%, kategori sedang 5 responden atau 5,6% dan kategori tinggi 77 atau 86,5%.

Tabel 4.27
Model Fitting Information

-2 Log Likelihood	Chi-Square	Sig.	Keterangan
63.481			Signifikan
22.464	41.016	.000	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.27 memperoleh keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai pada keputusan yaitu apabila nilai signifikan > 0,05 maka model tidak

signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model signifikan. Pada data output model fitting information, diketahui nilai kolom sig dalam tabel model fitting information sebesar 0,000 yang mengindikasikan hasil yang signifikan atau model fit. Dan nilai 2log likelihood awal tanpa memasukan variabel independen (intercept only) yaitu 63,481 sedangkan nilai 2log likelihood setelah memasukan variabel independen ke model final terjadi penurunan nilai menjadi 22,464 dan perubahan tersebut merupakan nilai Chi-Square yaitu 41,016.

Tabel 4.28
Goodness-of-Fit

Chi-Square	Sig.	Keterangan
19.424	.247	Model Layak Digunakan
15.754	.470	

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Pada tabel 4.28 memperoleh keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada kepuasan yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka model signifikansi dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model tidak signifikan. Pada data output goodness of-fit dapat diketahui jika nilai pearson sebesar 19,424 dengan signifikan 0,247 $> 0,05$ dan nilai deviance sebesar 15,754 dengan nilai signifikan 0,470 $> 0,05$. Kedua nilai signifikan $> 0,05$ karena data yang dihasilkan sesuai dengan perkiraan model regresi ordinal yang digunakan dan kesimpulannya adalah model tersebut layak digunakan.

Tabel 4.29
Pseudo R-Square

Cox and Snell	.369
Nagelkerke	.523
McFadden	.377

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3). Hal tersebut dapat diperoleh dari nilai McFadden yaitu sebesar 0,377.

Tabel 4.30

Parameter Estimates

	Estimate	Sig.	Keterangan
Y = 1	-7.012	.000	Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah
Y = 2	-2.285	.000	
X1 = 1	-3.645	.093	
X1 = 2	-2.359	.144	
X1 = 3	0		
X2 = 1	-1.924	.196	
X2 = 2	-0,727	.526	
X2 = 3	0		
X3 = 1	-2.586	.068	
X3 = 2	-2.860	.007	
X3 = 3	0		

Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas, parameter estimates menjelaskan mengenai pengaruh setiap regresi yaitu signifikan atau tidak. Suatu data dapat dikatakan signifikan $< 0,05$ dan apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak signifikan. Jika dilihat dari tabel di atas pada variabel Kepercayaan (X_1) kategori rendah bernilai 0,093, kepercayaan kategori sedang bernilai 0,144. Kualitas Produk (X_2) kategori rendah bernilai 0,196 dan Kualitas Produk kategori sedang bernilai 0,526. Kualitas Pelayanan (X_3) kategori rendah bernilai 0,068 dan Kualitas Pelayanan kategori sedang bernilai 0,007. Variabel Kepercayaan Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai sig. $< 0,05$ yang artinya memiliki dampak terhadap kepuasan.

Interpretasi bagian parameter dilakukan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baselinennya, yaitu kategori tinggi. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kepercayaan kategori rendah maupun dengan kepercayaan kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (sig. 0,093>0,05) dengan nilai estimate -3,645. Sedangkan kepercayaan kategori sedang dibandingkan kepercayaan kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (sig. 0,144>0,05) dengan nilai estimate sebesar -2,359.

Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates untuk kualitas produk, diketahui bahwa kualitas produk kategori rendah dibandingkan dengan kualitas produk kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (sig. 0,196>0,05) dengan nilai estimate -1,924. Sedangkan kualitas produk kategori sedang dibandingkan kualitas produk kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (sig. 0,526 > 0,05) dengan nilai estimate -0,727.

Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates untuk kualitas pelayanan, diketahui bahwa kualitas pelayanan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (sig. 0,068>0,05) dengan nilai estimate -2,586. Sedangkan kualitas pelayanan kategori sedang dibandingkan kualitas pelayanan kategori tinggi berpengaruh terhadap keputusan (sig. 0,007< 0,05) dengan nilai estimate -2,860.

Maka dari hasil perhitungan parameter estimates secara simultan dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pada tabungan wadiah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya (Mowen dan minor, 1998). Karena kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen

menyangkut kepercayaan terhadap atribut, dan manfaat produk. Maka produsen dan para pemasar perlu memahami atribut dari suatu produk yang diketahui konsumen dan atribut mana yang paling diingat konsumen sehingga bisa digunakan untuk mengevaluasi strategi komunikasi suatu produk.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar independen yaitu kepercayaan terhadap dependen yaitu kepuasan pada tabungan wadiah pada hasil korelasi rank spearman dengan menggunakan software SPSS versi 26.0 pada uji korelasi rank spearman kepercayaan terhadap kepuasan diatas dapat dilihat nilai nilai sig. (2-tailed) variabel kepercayaan (X_1) yaitu menghasilkan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara variabel kepercayaan (X_1) dengan Kepuasan Nasabah (Y). Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,377 yang berarti antara kepercayaan dan kepuasan memiliki korelasi lemah dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika kepercayaan meningkat terhadap kepuasan juga akan meningkat. Kesimpulannya adalah H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan (X_1) dengan kepuasan (Y) pada tabungan wadiah.

Pada hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates menunjukkan kepercayaan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kepercayaan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,000) dengan nilai estimates -6.446. Sedangkan kepercayaan yang sedang dibandingkan dengan kepercayaan yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,002) dengan nilai estimates -3,789. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rendy Zulfikar Dwianto dan Haryono (2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan

Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik” Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Kepercayaan masyarakat merupakan salah satu variabel penting dalam bisnis perbankan. Tanpa adanya kepercayaan maka minat menabung nasabah dalam perbankan tidak akan terjadi. Selain itu, penelitian ini juga sejalan oleh Suwono dan Amaliana Sukma (2020) tentang “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap” yang menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah di PT. BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah mempunyai pengaruh positif atau semakin besar kepercayaan nasabah semakin meningkat kepuasan nasabahnya.

Kepercayaan merupakan pondasi dari sebuah bisnis. Sebuah transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak bisa didapat dan diakui oleh pihak lain begitu saja, tetapi harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan. Komitmen nasabah untuk tetap berhubungan dengan jasa perbankan karena adanya keyakinan atau kepercayaan kepada jasa tersebut sehingga akan melakukan transaksi secara berulang. Dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa nasabah memiliki kepuasan pada tabungan wadiah di BPRS yang tinggi karena meyakini bahwa BPRS menguntungkan bagi kehidupan mereka. Segala keyakinan itu menumbuhkan *trust* yang kuat dalam diri setiap nasabah untuk selalu menabung di BPRS dalam jangka waktu yang lama kedepannya. Kepercayaan nasabah memberikan kontribusi pada kepuasan nasabah untuk menabung kembali di masa yang akan datang, dan kepuasan mereka untuk merekomendasikan jasa tersebut pada orang lain. Oleh karena itu, BPRS perlu membangun kepercayaan nasabah pada produk menabung yang mereka berikan.

Pentingnya kepercayaan dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto memiliki dampak yang baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pada kepercayaan terhadap BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yang secara umum memiliki tingkat cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan jawaban responden pada variabel kepercayaan dimana kategori sedang mendapat 5 atau 5,6% jawaban dan kategori tinggi mendapat 81 atau 91,0% jawaban responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto harus memperhatikan kepercayaan nasabah, karena telah terbukti bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor yang mendorong nasabah percaya terhadap BPRS Bumi Artha Sampang sebagai tempat menabung diantaranya BPRS tersebut sudah lama berdiri dengan jumlah nasabah yang sudah cukup banyak pula. Selama berdirinya BPRS tersebut menyampaikan segala informasi mengenai transaksi nasabah secara benar dan amanah. Selain itu, sumber daya BPRS dalam membangun kepercayaan terhadap nasabah yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan para nasabah secara individu.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Menurut Kotler (2012:78) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar independen yaitu kualitas produk terhadap dependen yaitu kepuasan nasabah pada

tabungan wadiah pada hasil korelasi rank spearman dengan menggunakan software SPSS versi 26.0 pada uji korelasi rank spearman kualitas produk terhadap kepuasan diatas dapat dilihat nilai sig. (2 tailed) menunjukkan angka $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah pada tabungan wadiah. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,402 yang berarti antara kualitas produk dan kepuasan memiliki korelasi sedang dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika kualitas produk meningkat terhadap kepuasan juga akan meningkat. Artinya dapat diambil kesimpulan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan antara kualitas produk (X2) dengan kepuasan (Y) nasabah pada tabungan wadiah.

Pada hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates menunjukkan kualitas produk dengan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas produk dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,000) dengan nilai estimates -4,321. Sedangkan kualitas produk yang sedang dibandingkan dengan kualitas produk yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,000) dengan nilai estimates -2,528. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivantan dan Aris Ariyanto (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bpr Syariah X”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Pada Pt. Bpr Syariah X. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paulus Junico Pasaribu (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu”. Hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya jika kualitas produk semakin baik, maka kepuasan nasabah semakin meningkat.

Penyediaan produk yang berkualitas baik merupakan keharusan bagi sebuah lembaga keuangan. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perbankan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, sehingga semakin tinggi pula minat menabung kembali. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil pengalaman nasabah dalam memakai produk tabungan akan menghasilkan penilaian terhadap produk tersebut. Apabila produk tersebut dapat memuaskan nasabah maka akan memberikan penilaian yang positif terhadap produk tersebut.

Pentingnya kualitas produk dalam rangka upaya meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto memiliki dampak baik hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang secara umum dirasa cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan jawaban responden pada variabel kualitas produk dimana kategori sedang mendapat 11 atau 12,4% jawaban responden dan kategori tinggi mendapat 74 atau 83,1% jawaban responden. Dalam menjaga kepuasan nasabah, BPRS Bumi Artha Sampang menawarkan berbagai produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Secara keseluruhan persyaratan dalam menabung setiap produk tabungan BPRS Bumi Artha Sampang cukup mudah dengan jumlah minimal menabungpun juga termasuk kategori terjangkau. Produk tabungan wadiah merupakan produk yang paling banyak digemari oleh nasabah BPRS Bumi Artha Sampang, dikarenakan kualitas produk ini bagus dengan persyaratan menabung cukup mudah serta pengambilan dapat dilakukan sewaktu-waktu. Di sisi lain ada beberapa produk tabungan BPRS Bumi Artha Sampang yang kurang diminati anggota. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengenalan terhadap nasabah terkait jenis tabungan serta fungsinya. Berarti BPRS Bumi Artha Sampang harus mengoptimalkan pengenalan jenis produk tabungan terhadap

nasabah. Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang harus meningkatkan kualitas produk dengan berbagai inovasi produk, karena telah terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas menabung.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Menurut Tjiptono (2011:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang bersamaan dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar independen yaitu kualitas pelayanan terhadap dependen yaitu kepuasan nasabah pada tabungan wadiah pada hasil korelasi rank spearman dengan menggunakan software SPSS versi 26.0 pada uji korelasi rank spearman kualitas pelayanan terhadap kepuasan di atas dapat dilihat nilai sig. (2 tailed) menunjukkan angka $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada tabungan wadiah. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,501 yang berarti antara kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki korelasi sedang dan bernilai positif atau searah. Jadi ketika kualitas pelayanan meningkat terhadap kepuasan juga akan meningkat. Artinya dapat diambil kesimpulan H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan

antara kualitas pelayanan (X3) dengan kepuasan (Y) nasabah pada tabungan wadiah.

Pada hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates menunjukkan kualitas pelayanan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,000) dengan nilai estimates -5,022. Sedangkan kualitas pelayanan yang sedang dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan (sig. = 0,003) dengan nilai estimates -3,070. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratmono dan Suwanto (2023) dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang Mandala Kecamatan Bandar Mataram”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang Mandala Kecamatan Bandar Mataram. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maya Muharomah dan Ganjar Santika (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan di PT. BPRS Almadinah Tasikmalaya Perseroda”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPRS Almadinah Tasikmalaya Perseroda. Artinya jika kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan nasabah semakin meningkat.

Selain itu hasil penelitian ini sejalan dengan teori Hasibun yang menjelaskan bahwa pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan

yang berkualitas dan dilakukan secara ramah, sopan, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibun, 2017). Pentingnya kualitas pelayanan dalam rangka upaya meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto memiliki dampak yang baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang secara umum dirasa cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan dimana kategori sedang mendapat 5 atau 5.6% jawaban dan kategori tinggi mendapat 77 atau 86,5% jawaban responden.

Kualitas pelayanan di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dapat terlihat dari dukungan sumber daya insani melalui pelayanan (*tangibles*), keandalan (*reliability*) yang dimiliki dalam menyelesaikan pekerjaan daya tanggap yang tepat (*responsiveness*), jaminan yang ditawarkan dan disediakan untuk nasabah, serta sumber daya yang mempunyai rasa empati tinggi dalam memberikan layanan. Selain itu, BPRS juga memberikan pelayanan pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan nasabah BPRS. Sumber daya yang dimiliki BPRS juga komunikatif dan argumentatif dalam menyampaikan informasi yang benar dan tutur kata yang tepat kepada nasabah serta kesopanan dan keramahan dalam pelayanan. Pelayanan dengan sistem jemput bola juga merupakan faktor yang menjadikan nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto merasa senang menabung dan kepuasan nasabah pun meningkat. Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Bumi Arta Sampang KC Purwokerto harus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, karena telah terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas menabung.

4. Pengaruh Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan hasil test statistik pada Konkordansi Kendall's W dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,634. Nilai tersebut menunjukkan antara Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan dengan kepuasan nasabah memiliki korelasi yang kuat antara variabel Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) dengan arah positif. Sedangkan jika dilihat dari nilai Asymp. Sig. sebesar 0.000 yang berarti $< 0,05$. Maka keputusan uji adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan atau korelasi yang signifikan antara Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Selanjutnya hasil uji regresi ordinal, tabel model fitting information menunjukkan bahwa nilai 2log likelihood tanpa memasukkan variabel independen (intercept only) sebesar 63,481 dan hasil 2log likelihood menggunakan variabel bebas (final) yaitu 22,464. Perubahan tersebut merupakan nilai chi-square yaitu 41,016. Nilai sig. 0,000 $< 0,05$ berarti model signifikan atau model fit. Dari model tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

5. Ranking Berdasarkan Variabel

Berdasarkan hasil uji regresi ordinal pada output processing summary menunjukkan jumlah data yang dianalisis sebanyak 100 responden dengan kategori missing yaitu 0. Variabel kepuasan (Y) dengan kategori rendah 3 responden atau 3,4%, kategori sedang 16 responden atau 18,0%, kategori tinggi 70 responden atau 78,7%. Variabel kepercayaan (X_1) dengan kategori rendah 3 responden atau 3,4%, kategori sedang 5 responden atau 5,6% dan kategori tinggi 81 responden atau 91,0%. Variabel kualitas produk (X_2) dengan kategori

rendah 4 responden atau 4,5%, kategori sedang 11 responden atau 12,4% dan kategori tinggi 74 responden atau 83,1%. Variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan kategori rendah 7 responden atau 7,9%, kataegori sedang 5 responden atau 5,6% dan kategori tinggi 77 atau 86,5%.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari kepercayaan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), sehingga semakin tinggi dan konsisten yang diberikan suatu bank terkait kepercayaan nasabah maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah yang menggunakan produk tabungan wadiah.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sehingga semakin baik dan aman yang diberikan suatu bank terkait kualitas produk nasabah maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah yang menggunakan produk tabungan wadiah.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sehingga semakin baik, mudah, dan cepat pelayanan yang diberikan suatu bank terkait kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah yang menggunakan produk tabungan wadiah.
4. Kepercayaan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menggunakan tabungan wadiah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan serta memiliki nilai arah positif antara kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

B. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah dilakukan bahwa kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto. Akan tetapi peneliti menyadari masih banyak kekurangan, maka dari ini peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sebagai penyedia jasa dalam tabungan wadiah agar lebih meningkatkan dan mengembangkan pada sistemnya untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah dalam menggunakan simpanan atau menghimpun dana dengan sistem jemput bola. karena diketahui bahwa kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada tabungan wadiah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mempunyai ide gagasan lain baik pengembangan pada sampel dan populasi yang cangkupannya lebih luas. Dan diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi, misalnya dengan menambah variabel independen lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah karena masih banyak variabel di luar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Dedi Eka Putra, Bakkareng, Rice Haryati. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN. *JM, VOL. 1, NO. 1*, 61-72.
- Ekawati Rahayu Ningsih, SH, M. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran* (A. Mahfud (ed.)). IDEA Press Yogyakarta.
- Febiola, V., Iqbal Fasa, M., & Suharto, P. (2023). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 97–104. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.73>
- Hasibun, Malayu. 2017. *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- IMO. (1995). *STCW Convention 1978 Amandement 1995*. 13(2302), 5–29.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Isna, A., & Wardo, 2013. *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM Statistik 20*. Stain Press.
- Ivantan, I., Ariyanto, A., & Purwanti, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bpr Syariah X. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 415–422. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6805>
- Junico Pasaribu, P., Baihaqi, B., & Yumiati, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 267–276. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1389>
- Martina Rahmawati Masitoh. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan. *Jurnal Sains Manajemen Volume 5, Nomor 1*.
- Mustofani, D., & Hariyani. (2023). Penerapan Uji Korelasi Rank Spearman Untuk Mengetahui Hubungan Tingkat Pengetahuan Ibu Terhadap Tindakan Swamedikasi Dalam Penanganan Demam Pada Anak. (*UJMC*) *Unisda Journal of Mathematics and Computer Science*, 9(1), 9–13.

- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 117–128.
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 687–704. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i3.728>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Ratmono, Suwanto, T. H. S. (2023). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang Mandala Kecamatan Bandar Mataram*. 3(2), 89–90.
- Rizal, M., & Efnita, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Fanindo Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol.1(No.2).
- Sari, R., Saleh, M., & Hasanah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Produk Tabungan Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 02(01), 43–51.
- Sarpini, S. (2019). Implementasi Mushārah Mutanāfi Qiāzah Wal Ijārah Dalam Pembiayaan Hunian Syariah Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Cabang Ponorogo. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 67–102. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i1.3448>
- Septiana, L., & Ratnasih, C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP*. 9(2), 1.
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- S, F Anggun, 2021. *Pengaruh Kemampuan Sumber Daya Manusia, Komunikasi Organisasi dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Penyelenggaraan Pelayanan Administrasi Terpadu di Kecamatan (Paten) di Daerah. Indonesia : Guepedia*
- Shafrani, Y. (ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN, 2019)

- Shofwa. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada Bsm Cabang Purwokerto. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 189–215. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp189-215>
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 21 (Cet. XXVIII; Bandung: Alfabeta, 2017),h.63
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. ALFABETA, CV.
- Sulasih, & Oktiana, R. D. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Halal Online pada Pondok Pesantren di Purwokerto. *Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, 01(01), 7–21. <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/ijibe>
- Suwarni, S., & Aisyah, S. (2019). Hubungan Kepercayaan Nasabah Dan Promosi Dengan Minat Menabung Pada Pt. Bank Bengkulu Kcp Padang Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 184–198. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i2.829>
- Suwono, & Sukma, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BPRS Suriyah Kantor Pusat Cilacap. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 33–54.
- Syariah, D. A. N. P. (2022). *Ieff 01.04.2022*. 1(4), 345–359.
- Syufhiyanti, D., & Hutagalung, M. A. K. (2023). Pengaruh Produk , Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Smart Ib Wadiah Pada. 1(1), 272–282.
- Tjiptono, F. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Indeks. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, F. (2014). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Ulan, S. B., & Munadiati (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP KUTACANE. *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol.2(No.1)
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Kepada Yth Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Eti Setiana, mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (Skripsi) mengenai "PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH PADA TABUNGAN WADIAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO". Adapun kriteria responden yaitu Nasabah Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yang setidaknya membuka rekening dan menggunakan tabungan lebih dari 1 tahun.

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah memenuhi kriteria di atas untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner saya. Adapun tujuan penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian akademis dan tidak ada tendensi lain, sehingga kerahasiaan akan terjamin sepenuhnya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Eti Setiana

**Kuisisioner Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Bumi Artha
Sampang KC Purwokerto**

Oleh : Eti Setiana

Bagian I : Profil Responden

A. Screening Pertanyaan

1. Apakah anda nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto yang membuka rekening Tabungan wadiah lebih dari 1 tahun?

- Ya, jika Ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya
- Tidak, jika Tidak stop disini. Terima Kasih

B. Identitas Responden (petunjuk : berilah tanda (√) pada jawaban yang anda maksud)

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

- 1) Perempuan
- 2) Laki- laki

3. Usia

- 1) < 18 tahun 3) 25- 40 tahun
- 2) 18- 25 tahun 4) > 40 tahun

4. Pendidikan Terakhir :

- 1) SMP 4) S1
- 2) SMA/ SMK 5) Lainnya
- 3) D3

5. Pekerjaan :

- 1) PNS 4) Wiraswasta
- 2) Pelajar/ Mahasiswa 5) IRT
- 3) Pegawai Swasta 6) Pedagang

6. Membuka Tabungan Wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang sejak:

- 1) < 2020 4) 2023

2) 2021

3) 2022

7. Tanggal Pengisian :

Bagian II : Pernyataan-Pernyataan

C. Petunjuk Pengisian Daftar Pertanyaan

1. Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan sikap saudara dan sesuai dengan kondisi sebenarnya
2. Saudara dapat memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban **SS, S, R, TS,** dan **STS** yang telah disediakan.

Dengan bobot penilaian sebagai berikut :

- 1) Skala 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skala 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3) Skala 3 : Ragu-Ragu (R)
- 4) Skala 4 : Setuju (S)
- 5) Skala 5 : Sangat Setuju (SS)

D. Daftar Pertanyaan

1. Kepercayaan (X1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya yakin dana yang disimpan dalam produk tabungan wadiah di BPRS akan dikelola dengan baik					
2.	Saya percaya bahwa produk tabungan wadiah di BPRS akan tetap memberikan layanan yang konsisten dalam jangka panjang					
3.	Saya percaya produk tabungan wadiah di BPRS dapat memberikan keuntungan 1% setiap tahunnya					
4.	Saya percaya bahwa tabungan wadiah memiliki reputasi yang baik dalam hal					

	kualitas dipandangan nasabah					
5.	Saya percaya bahwa pegawai BPRS menyampaikan informasi secara terbuka mengenai ketersediaan dana tabungan wadiah					
6.	Saya percaya bahwa produk tabungan wadiah di BPRS dalam sistem jemput bola akan mempermudah nasabah dalam membuka rekening baru					
7.	Saya percaya bahwa pegawai BPRS dalam sistem jemput bola produk tabungan wadiah dapat memberikan layanan yang tepat waktu dalam hal setoran tunai					
8.	Saya percaya bahwa dalam sistem jemput bola pada tabungan wadiah memiliki kemampuan untuk mengatasi kendala- kendala yang timbul dengan tetap menjaga ketepatan waktu dalam pelayanannya					
9.	Pegawai BPRS selalu memberikan respon yang baik apabila nasabah ingin menggali informasi lebih luas mengenai produk tabungan wadiah					
10.	Saya percaya bahwa pegawai BPRS dalam pelayanannya selalu ramah dengan nasabah					

2. Kualitas Produk (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
1.	Produk tabungan wadiah BPRS memiliki setoran awal yang ringan sebesar Rp 10.000,- dengan kualitas produk yang menarik					
2.	Pegawai BPRS memiliki kinerja yang tinggi untuk terus berinovasi meningkatkan produk dengan pelayanan sesuai perkembangan teknologi perbankan terbaru pada tabungan wadiah					
3.	Saya merasa puas dengan adanya tabungan wadiah yang tersedia dalam layanan jemput bola di BPRS					
4.	Saya merasakan kemudahan penggunaan fitur bertransaksi menabung secara online dalam layanan jemput bola di BPRS pada tabungan wadiah					
5.	Produk tabungan wadiah di BPRS terjamin kebijakan privasi yang ada					
6.	Produk tabungan wadiah di BPRS memiliki jangka waktu yang fleksibel dalam menabung berdasarkan kesepakatan					
7.	Saya mendapatkan kemudahan dari pegawai BPRS dalam ketersediaan komponen pengganti dengan aplikasi perbankan mobile					

8.	Saya mendapatkan kemudahan dari pegawai BPRS dalam memperbaiki masalah terkait tabungan wadiah yang digunakan					
9.	Produk tabungan wadiah BPRS memiliki desain yang menarik sesuai dengan nilai- nilai etika yang berprinsip islam					
10.	Nama dari Produk tabungan wadiah BPRS mudah diingat					

3. Kualitas Pelayanan (X3)

No.	Pertanyaan	STS	TS	R	S	ST
1.	Penampilan pegawai BPRS Bumi Artha Sampang selalu rapi					
2.	Kelengkapan fasilitas yang ada pada BPRS cukup memadai					
3.	Produk yang dimiliki BPRS Bumi Artha Sampang dominan nasabah memilih produk tabungan wadiah yang sesuai dengan kebutuhannya					
4.	Pegawai BPRS memberikan layanan yang memadai untuk memastikan produk tabungan wadiah dapat digunakan sebagai investasi jangka panjang					
5.	Saya selalu mendapatkan pelayanan yang cepat ketika membuka tabungan wadiah					
6.	Saya selalu merasakan kemudahan					

	menghubungi pegawai BPRS melalui whatsapp untuk keperluan terkait tabungan wadiah					
7.	Pegawai BPRS selalu bersikap sopan					
8.	Pegawai BPRS memiliki pengetahuan yang luas dalam menanggapi setiap pertanyaan yang ditanyakan nasabah					
9.	Di BPRS menyediakan tempat parkir yang memadai					
10.	Pegawai BPRS selalu memberikan bantuan sesuai kebutuhan nasabah					

4. Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
1.	BPRS memberikan keamanan data sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah					
2.	Pegawai BPRS memberikan kemudahan bertransaksi sesuai yang diharapkan nasabah					
3.	Saya minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pegawai BPRS cukup memuaskan					
4.	Saya minat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan BPRS cukup memadai					
5.	Saya akan menyarankan kepada teman untuk mengkonsumsi produk jasa pada Tabungan wadiah, karena manfaatnya dapat diperoleh setelah mengkonsumsi produk jasa					

Lampiran 2: DATA TABULASI RESPONDEN**KEPERCAYAAN**

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	1	1	2	2	1	1	2	3	1	16
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	43
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	43
4	5	4	3	5	4	5	3	4	3	40
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	44
5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	41
5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	41
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45

4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	42
4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	42
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	46
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	42
5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	41
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	40
5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	44
5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	43
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	43
4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	40
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	43
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	40

4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45

KUALITAS PRODUK

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	44
5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
3	2	5	2	5	2	2	2	5	5	33
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	42
5	4	4	5	4	5	3	3	4	5	42
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	41
5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	42
4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	39

3	2	1	2	1	1	2	2	1	5	20
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	40
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	3	4	4	5	3	5	4	39
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	44
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	45
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	42
1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	25
5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	40
5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	42

5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	2	1	2	1	1	2	2	1	5	20
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
3	2	1	2	1	1	2	2	1	5	20
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	39
5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	41
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	45
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	40
5	4	4	5	5	3	5	3	4	5	43
4	3	5	4	5	5	4	4	3	4	41
4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	39
4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	35
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	45
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	39
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
3	3	3	5	4	5	5	4	5	5	42
5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45

3	4	3	3	5	5	3	5	5	5	41
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44
5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	43
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
5	3	4	4	4	4	5	5	3	4	41
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	39
5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	40
5	3	4	5	4	5	5	4	3	4	42
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	44
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
3	2	1	3	2	2	2	2	2	3	22
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	41
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	39
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43

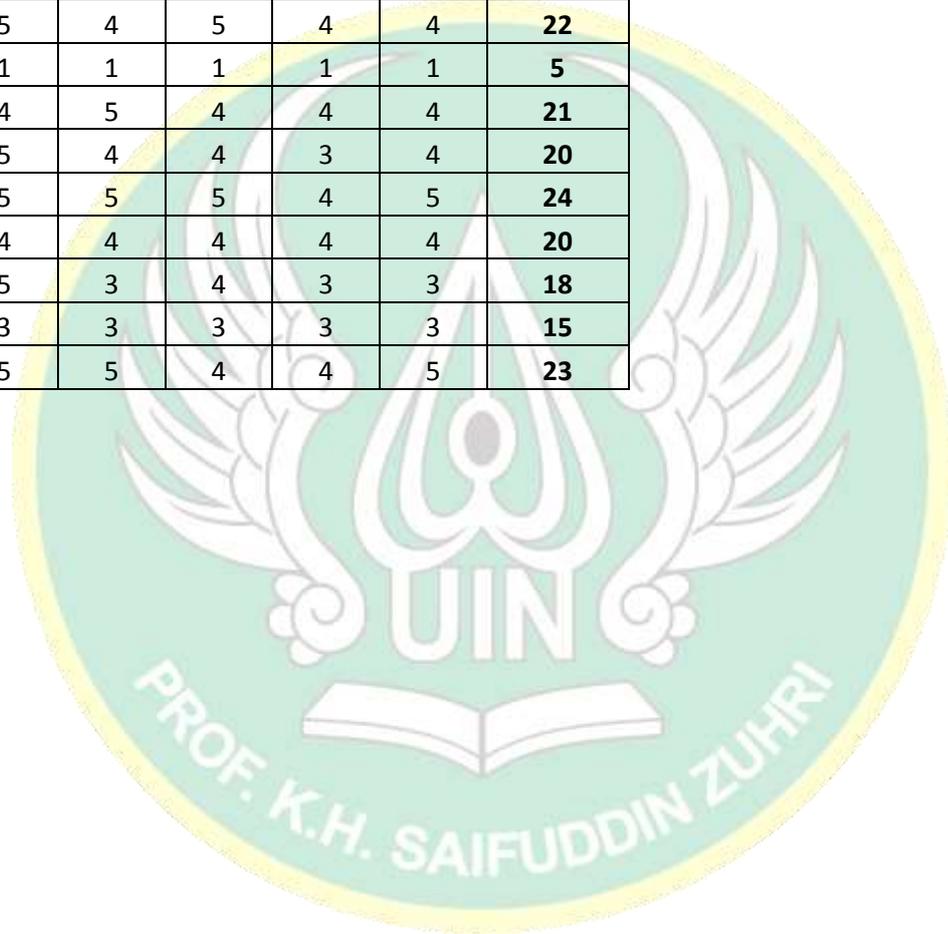
4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45

KEPUASAN NASABAH

P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	2	3	2	4	14
5	4	5	4	4	22
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	4	22
5	4	5	5	3	22
4	4	5	3	4	20
4	5	4	5	3	21
5	4	5	4	4	22
4	4	4	3	3	18
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	5	5	3	5	22
4	5	5	4	5	23
4	4	5	3	5	21
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	19
5	4	5	4	4	22
5	4	3	4	5	21
5	4	3	5	5	22
4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	4	22
5	4	3	5	5	22
4	4	5	5	5	23

5	4	5	5	5	24
3	3	3	5	5	19
5	5	4	4	5	23
4	3	3	4	3	17
5	4	3	5	5	22
3	3	5	5	5	21
4	5	5	5	4	23
5	5	5	3	5	23
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	5	4	5	23
3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	4	21
4	3	5	3	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	3	4	3	3	16
5	5	4	5	4	23
4	3	5	3	4	19
4	3	4	3	5	19
5	5	5	3	4	22
5	5	5	3	4	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	3	4	21
5	4	4	3	5	21
5	4	5	3	4	21
4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	5	4	4	4	21
2	2	2	2	2	10
5	4	4	4	5	22
4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	4	22
3	3	3	3	3	15

5	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	4	4	5	5	23
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
2	2	2	2	2	10
5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	4	22
1	1	1	1	1	5
4	5	4	4	4	21
5	4	4	3	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
5	3	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	5	23



	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.3	Pearson Correlation	,605**	,570**	1	,575**	,707**	,634**	,521**	,591**	,676**	,482*	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.4	Pearson Correlation	,625**	,636**	,575**	1	,606**	,730**	,508**	,706**	,558**	,494*	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.5	Pearson Correlation	,657**	,519**	,707**	,606**	1	,682**	,407**	,590**	,686**	,560*	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.6	Pearson Correlation	,687**	,649**	,634**	,730**	,682**	1	,513**	,671**	,724**	,494*	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.7	Pearson Correlation	,446**	,602**	,521**	,508**	,407**	,513**	1	,652**	,513**	,375*	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.8	Pearson Correlation	,702**	,667**	,591**	,706**	,590**	,671**	,652**	1	,632**	,575*	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.9	Pearson Correlation	,691**	,487**	,676**	,558**	,686**	,724**	,513**	,632**	1	,564*	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.10	Pearson Correlation	,677**	,402**	,482**	,494**	,560**	,494**	,375**	,575**	,564**	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	,838**	,771**	,800**	,806**	,808**	,856**	,700**	,851**	,822**	,702*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

X3.10	Pearson Correlation	,598**	,537**	,491**	,628**	,556**	,483**	,441**	,482**	,540**	1	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	,827**	,805**	,841**	,853**	,867**	,845**	,822**	,843**	,853**	,687**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

D. KEPUASAN NASABAH (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	KEPUASAN
Y.1	Pearson Correlation	1	,702**	,606**	,568**	,674**	,856**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
Y.2	Pearson Correlation	,702**	1	,668**	,620**	,626**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
Y.3	Pearson Correlation	,606**	,668**	1	,462**	,552**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89

Y.4	Pearson Correlation	,568**	,620**	,462**	1	,606**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
Y.5	Pearson Correlation	,674**	,626**	,552**	,606**	1	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	89	89	89	89	89	89
KEPUASAN	Pearson Correlation	,856**	,873**	,796**	,788**	,831**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89

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



Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas

UJI RELIABILITAS

A. KEPERCAYAAN (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	10

B. KUALITAS PRODUK (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	10

C. KUALITAS PELAYANAN (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	10

D.KEPUASAN NASABAH (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	5

Lampiran 5: Hasil Uji Rank Spearman

Uji Rank Spearman

Correlations

	KEPERCAYAA N	KUALITA S PRODUK	KUALITAS PELAYANA N	KEPUASA N
Spearman's rho	1,000	,588**	,491**	,377**
Correlation Coefficient				
Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
N	89	89	89	89

KUALITAS PRODUK	Correlation Coefficient	,588**	1,000	,634**	,402**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
	N	89	89	89	89
KUALITAS PELAYANAN	Correlation Coefficient	,491**	,634**	1,000	,501**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	89	89	89	89
KEPUASAN	Correlation Coefficient	,377**	,402**	,501**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	89	89	89	89

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



Lampiran 6 : Hasil Uji Kendall's W

Uji Kendall's W

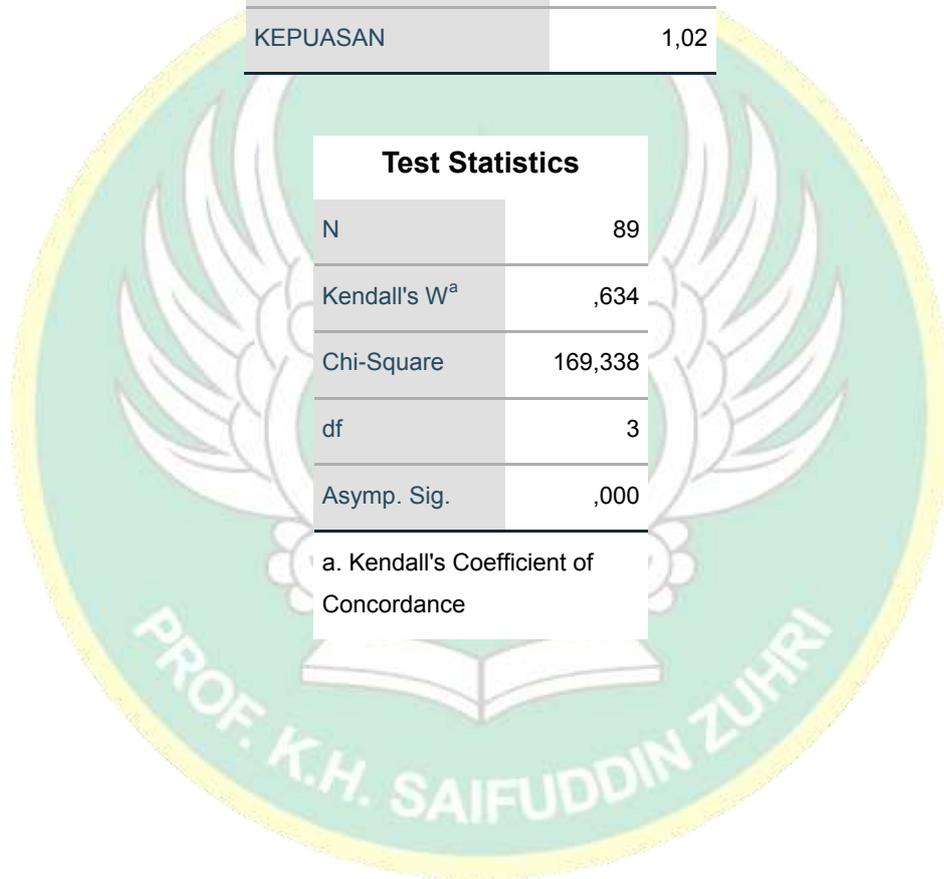
Ranks

	Mean Rank
KEPERCAYAAN	3,09
KUALITAS PRODUK	3,08
KUALITAS PELAYANAN	2,80
KEPUASAN	1,02

Test Statistics

N	89
Kendall's W ^a	,634
Chi-Square	169,338
df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kendall's Coefficient of Concordance



Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Ordinal Parsial

Kepercayaan (X1)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
KEPUASAN	RENDAH	3	3,4%
	SEDANG	16	18,0%
	TINGGI	70	78,7%
KEPERCAYAAN	RENDAH	3	3,4%
	SEDANG	5	5,6%
	TINGGI	81	91,0%
Valid		89	100,0%
Missing		0	
Total		89	

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	41,628			
Final	11,843	29,785	2	,000

Link function: Logit.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	3,861	2	,145
Deviance	4,210	2	,122

Link function: Logit.

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,284
Nagelkerke	,403
McFadden	,274

Link function: Logit.

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-5,738	1,313	19,088	1	,000	-8,311	-3,164
	[Y = 2,00]	-1,840	,323	32,442	1	,000	-2,473	-1,207
Location	[X1=1,00]	-6,446	1,783	13,073	1	,000	-9,940	-2,952
	[X1=2,00]	-3,789	1,246	9,242	1	,002	-6,231	-1,346
	[X1=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Kualitas Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
KEPUASAN	RENDAH		
	SEDANG	16	18,0%
	TINGGI	70	78,7%
KUALITAS PRODUK	RENDAH	4	4,5%

	SEDANG	11	12,4%
	TINGGI	74	83,1%
Valid		89	100,0%
Missing		0	
Total		89	

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	37,557			
Final	14,857	22,699	2	,000

Link function: Logit.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2,557	2	,278
Deviance	2,913	2	,233

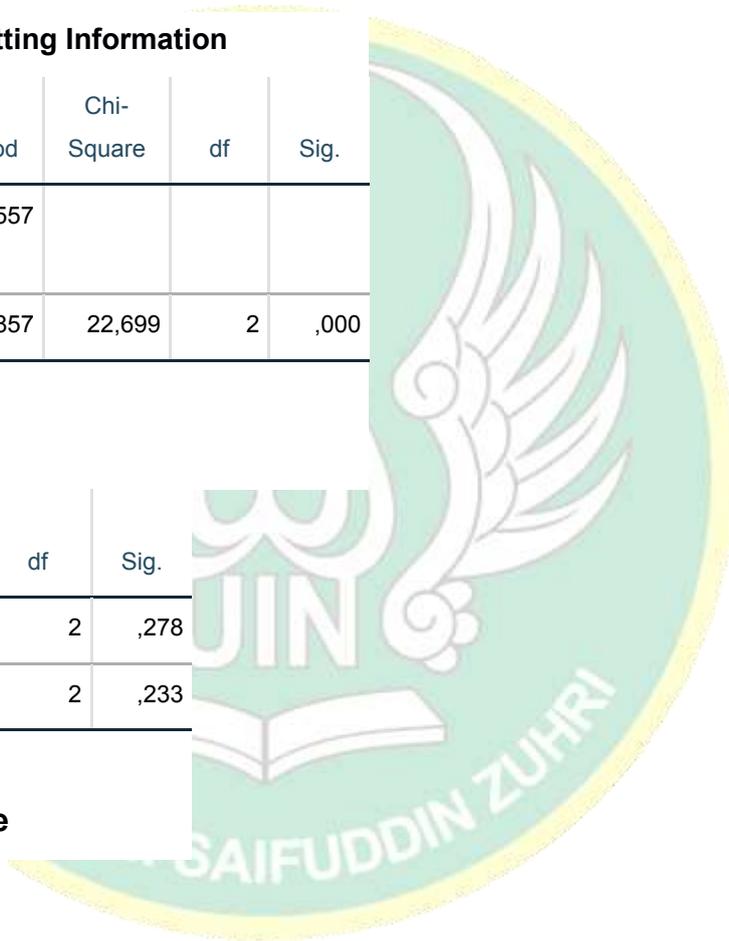
Link function: Logit.

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,225
Nagelkerke	,319
McFadden	,208

Link function: Logit.

Parameter Estimates



		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-4,759	,807	34,791	1	,000	-6,340	-3,177
	[Y = 2,00]	-1,987	,357	31,001	1	,000	-2,686	-1,287
Location	[X2=1,00]	-4,321	1,189	13,209	1	,000	-6,651	-1,991
	[X2=2,00]	-2,528	,701	13,015	1	,000	-3,901	-1,155
	[X2=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Kualitas Pelayanan (X3)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
KEPUASAN	RENDAH	3	3,4%
	SEDANG	16	18,0%
	TINGGI	70	78,7%
KUALITAS PELAYANAN	RENDAH	7	7,9%
	SEDANG	5	5,6%
	TINGGI	77	86,5%
Valid		89	100,0%
Missing		0	
Total		89	

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.

Intercept Only	44,158			
Final	12,714	31,443	2	,000

Link function: Logit.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2,600	2	,272
Deviance	2,824	2	,244

Link function: Logit.

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,298
Nagelkerke	,422
McFadden	,289

Link function: Logit.

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1,00]	-5,576	1,107	25,391	1	,000	-7,744	-3,407
	[Y = 2,00]	-2,027	,355	32,546	1	,000	-2,723	-1,330
Location	[X3=1,00]	-5,022	1,248	16,199	1	,000	-7,468	-2,577
	[X3=2,00]	-3,070	1,025	8,972	1	,003	-5,080	-1,061
	[X3=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Ordinal Simultan

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
KEPUASAN	RENDAH	3	3,4%
	SEDANG	16	18,0%
	TINGGI	70	78,7%
KEPERCAYAAN	RENDAH	3	3,4%
	SEDANG	5	5,6%
	TINGGI	81	91,0%
KUALITAS PRODUK	RENDAH	4	4,5%
	SEDANG	11	12,4%
	TINGGI	74	83,1%
KUALITAS PELAYANAN	RENDAH	7	7,9%
	SEDANG	5	5,6%
	TINGGI	77	86,5%
Valid		89	100,0%
Missing		0	
Total		89	



Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	63,481			
Final	22,464	41,016	6	,000

Link function: Logit.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	19,424	16	,247
Deviance	15,754	16	,470

Link function: Logit.

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,369
Nagelkerke	,523
McFadden	,377

Link function: Logit.

Parameter Estimates

	Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Threshold [Y = 1,00]	-7,012	1,579	19,725	1	,000	-10,107	-3,918

	[Y = 2,00]	-2,285	,404	31,992	1	,000	-3,076	-1,493
Location	[X1=1,00]	-3,645	2,167	2,829	1	,093	-7,893	,603
	[X1=2,00]	-2,359	1,616	2,131	1	,144	-5,527	,808
	[X1=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2=1,00]	-1,924	1,487	1,675	1	,196	-4,837	,990
	[X2=2,00]	-,727	1,145	,403	1	,526	-2,971	1,517
	[X2=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X3=1,00]	-2,586	1,419	3,319	1	,068	-5,368	,196
	[X3=2,00]	-2,860	1,068	7,171	1	,007	-4,954	-,767
	[X3=3,00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



Lampiran 9 : Dokumentasi dan Bukti Penyebaran Kuesioner



Lampiran 10 : Surat Izin Riset Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1037/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/6/2024 Purwokerto, 4 Juni 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO

Di

Purwokerto
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul "PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH PADA TABUNGAN WADIAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO".

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan Izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Eti Setiana
NIM : 2017202164
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto
Tempat Penelitian : BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KC PURWOKERTO
Waktu Penelitian : 5 Juni 2024 s/d 10 Juli 2024
Metode Penelitian : Kuantitatif (kuisioner, observasi, dan pengumpulan data)

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

[Signature]
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

Lampiran 11 : Sertifikat IQLA


MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
SUNYI ISLAMIC UNIVERSITY PROFESSOR KAI HAJ SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 404 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.atsnaini.ac.id | www.bahasa.atsnaini.ac.id | +62 (281) 636624

وزارة الشؤون الدينية الجمهورية العربية
 جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيد الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبرتو
 الوحدة لتنمية اللغة
 +62 (281) 636624

CERTIFICATE
الشهادة

No. : B-490/Un.19/K.Sha/PP/009/K/2023

This is to certify that
 Name: **ETI SETIANA**
 Place and Date of Birth: **Cibacap, 15 Februari 2002**
 Has taken
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on
 with obtained result as follows :



Listening Comprehension: **44** Structure and Written Expression: **37** Reading Comprehension: **54**
 فهم المسوق فهم المقروء المجموع الكلي

Obtained Score : **450**

The test was held in UIN Professor Kai Haj Saifuddin Zuhri Purwokerto
 تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيد الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبرتو




Purwokerto, **23 Agustus 2023**
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Dr. Ade Ruswati, M. Pd.
 NIP. 19860704 201503 2 004

EPTUS
 English Proficiency Test of UIN-PPWKS 3.0 | 2023/2024/2025

UIN
 Universitas Islam Sunyi Purwokerto

Lampiran 12 : Sertifikat EPTUS


MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
SUNYI ISLAMIC UNIVERSITY PROFESSOR KAI HAJ SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 404 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.atsnaini.ac.id | www.bahasa.atsnaini.ac.id | +62 (281) 636624

وزارة الشؤون الدينية الجمهورية العربية
 جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيد الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبرتو
 الوحدة لتنمية اللغة
 +62 (281) 636624

CERTIFICATE
الشهادة

No. : B-490/Un.19/K.Sha/PP/009/K/2023

This is to certify that
 Name: **ETI SETIANA**
 Place and Date of Birth: **Cibacap, 15 Februari 2002**
 Has taken
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on
 with obtained result as follows :



Listening Comprehension: **49** Structure and Written Expression: **41** Reading Comprehension: **55**
 فهم المسوق فهم المقروء المجموع الكلي

Obtained Score : **530**

The test was held in UIN Professor Kai Haj Saifuddin Zuhri Purwokerto
 تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيد الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبرتو




Purwokerto, **23 Agustus 2023**
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Dr. Ade Ruswati, M. Pd.
 NIP. 19860704 201503 2 004

EPTUS
 English Proficiency Test of UIN-PPWKS 3.0 | 2023/2024/2025

UIN
 Universitas Islam Sunyi Purwokerto

Lampiran 13 : Sertifikat KKN



The certificate is titled "Sertifikat" in large green font. It includes the logo of Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto and the LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) logo. The certificate number is 0252/K.LPPM/KKN.53/03/2024. The recipient is Eti Setiana, NIM 2017202164. The certificate states that she has completed the KKN program for the 53rd anniversary in 2024 and has passed with a grade of 93 (A). A QR code for certificate validation is provided, along with a small portrait photo of the student.

Sertifikat
Nomor Sertifikat : 0252/K.LPPM/KKN.53/03/2024

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **ETI SETIANA**
NIM : **2017202164**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-53 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **93 (A)**.



Certificate Validation

Lampiran 14 : Sertifikat BTA PPI


IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 604 Purwokerto, Jawa Tengah 52126, Telp. 0281-629424, 628258 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/19236/02/2022

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

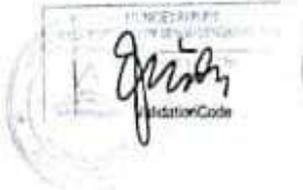
NAMA : ETI SETIANA
NIM : 2017202164

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	98
# Tartil	:	78
# Imla'	:	75
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	80



Purwokerto, 28 Feb 2022



SMA v. 1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page 1/1

Lampiran 15 : Sertifikat PPL



 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281 - 835624, Fax : 0281 - 835553, Website : febi.uinsaiwu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor : 4322/Un.19/0.FEBI/PP/009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Eti Setiana
NIM : 2017202164
Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A
Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

H. Sochimia, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 16: Sertifikat PBM



 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-835624, Fax. 0281-836533, Website: febi.uinsaiwu.ac.id

Sertifikat

Nomor : 4321/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Eti Setiana
NIM : 2017202164

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023 di :

BANK SYARIAH BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR CABANG PURWOKERTO

Mulai Bulan Juli 2023 sampai dengan Agustus 2023 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai A-. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqasyah*/Skripsi.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimia, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Eti Setiana
NIM : 2017202164
Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 15 Februari 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Sunoto
Nama Ibu : Nasoah
Alamat : Jalan Babakan RT 03 RW 01 Jepara Kulon,
Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap
No. Handphone : 085974893527

B. Riwayat Pendidikan

TK, Tahun Lulus : TK PKK Jepara Kulon, 2008
SD, Tahun Lulus : SD Negeri Jepara Kulon 01, 2014
SMP, Tahun Lulus : SMP Negeri 3 Kroya, 2017
SMA, Tahun Lulus : SMA Negeri 1 Binangun, 2020
Perguruan Tinggi, Tahun Masuk : UIN SAIZU Purwokerto, 2020

C. Pengalaman Organisasi

1. Pramuka SMP Negeri 3 Kroya (2016)
2. Pramuka SMA Negeri 1 Binangun (2019)
3. Anggota PMII Rayon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam