

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN BANK
SYARIAH MANDIRI TERHADAP KEPUASAN
NASABAH NON MUSLIM**

(Studi Kasus :Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)**

Disusun Oleh:

**ANI SYAROFAH
NIM: 1223203005**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH
MANDIRI TERHADAP KEPUASAN NASABAH NON MUSLIM
(Studi Kasus : Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga)**

Oleh: ANI SYAROFAH

NIM: 1223203005

E-mail: anisyarofah28@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang berkualitas bersaing dalam lembaga perbankan konvensional maupun syariah, semakin banyak dan beragam akibatnya. Sehingga terjadilah persaingan antar lembaga instansi untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya serta memberikan kepuasan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan kepada pelanggan. Apalagi dengan banyaknya orang-orang non muslim menjadi nasabah Bank Syariah yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk sesuai dengan harapan yang dirasakan pelanggan. Salah satu dari bank syariah yang memiliki nasabah non muslim, yaitu; Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga secara *simultan* terhadap kepuasan nasabah non muslim dan apakah ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga secara *Parsial* terhadap kepuasan nasabah non muslim. Dengan tujuan untuk mengetahui apa ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga secara *simultan* terhadap kepuasan nasabah non muslim dan untuk mengetahui apa ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga secara *Parsial* terhadap kepuasan nasabah non muslim.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan metode analisis data yaitu, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, serta menggunakan analisis kuantitatif, yang berupa: analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Korelasi (r), Koefisien Determinasi (r^2), Uji Simultan (F test) dan Uji Parsial (t test). Dengan subjek penelitian nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga dan Sampel diambil dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwasanya secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (*Kinerja, Interaksi Pegawai, Reliabilitas, Ketepatan Waktu dan Kenyamanan, Estetika, dan Kesadaran akan Merek*) dengan variabel kepuasan nasabah non Muslim.

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITRASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR BAGAN DAN TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. RumusanMasalah.....	5
C. DefinisiOperasional.....	6
D. Tujuandan Kegunaan Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	14
B. Kerangka Teori	18
1. Kualitas Produk.....	18

a. Pengertian Kualitas Produk	18
b. Dimensi Kualitas Produk (<i>Quality</i>)	23
c. Evaluasi Kinerja dan Kualitas Produk	24
2. Kepuasan Nasabah	27
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	27
b. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	29
c. Objek Pengukur Kepuasan Pelanggan	31
d. Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan	33
e. Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	33
f. Sifat-sifat Nasabah	34
g. Keuntungan yang Diterima Bank Apabila Nasabah Puas.....	36
h. Sikap Nasabah Apabila Puas.....	37
i. Cara Meningkatkan Nilai (<i>value</i>) Kepada Pelanggan	37
j. Strategi Memuaskan Pelanggan.....	38
k. Masalah Nasabah Tidak Puas	40
C. Rumusan Hipotesis	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Subjek dan Objek Penelitian	44
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
D. Populasi dan Sampel Penelitian	44

E. Variabel dan Indikator Penelitian	47
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian	56
1. Sejarah Singkat Bnk Syariah Mandiri.....	56
2. Visi dan Misi	59
3. Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga	60
4. Produk Bank Syariah Mandiri	60
5. Struktur Organisasi	73
B. Karakteristik Responden	74
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	75
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	76
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	77
C. Analisis Data penelitian	78
1. Uji Validitas	78
2. Uji Reliabilitas	79
3. Analisis Kuantitatif.....	80
a. Analisis regresi Linear Berganda	80
b. Analisis Koefisien Korelasi.....	84

c. Analisis Koefisien Determinasi	86
d. Uji F (<i>Simultan</i>)	86
e. Uji t (<i>Parsial</i>)	88
D. Pembahasan	92

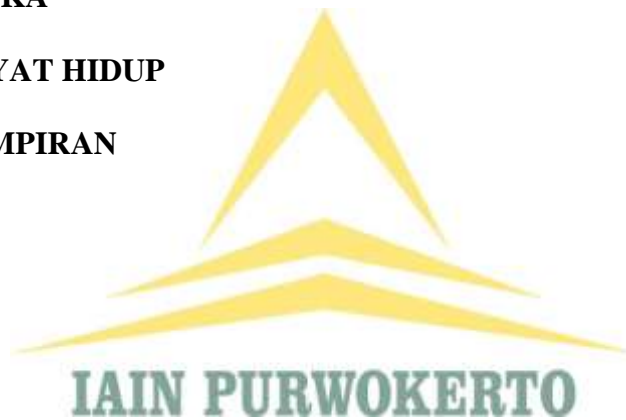
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	100
B. Saran-saran	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini ekonomi syariah tidak hanya berupa institusi, tetapi sudah berkembang menjadi organisasi. Misalnya, institusi perbankan syariah telah terwujud dalam Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, dan lainnya. Institusi asuransi syariah telah terwujud dalam Asuransi Takaful Indonesia. Bahkan, organisasi ekonomi syariah ini telah berkembang sedemikian rupa, sehingga jumlahnya sangat banyak dengan berbagai jenis informasi.¹

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional maka harus memiliki peraturan khusus, dimana perbankan syariah harus lebih universal. Di mana peraturan tersebut bukan hanya untuk kalangan umat muslim, tetapi untuk kalangan non muslim juga. Baik itu dalam bentuk produk, layanan ataupun sistem di dalam lembaga perbankan syariah tersebut, sehingga dapat mempengaruhi para nasabah untuk dijadikan alasan-alasan atau pengaruh dalam menetapkan hatinya kepada bank syariah, maka bagi lembaga perbankan syariahnya sendiri pun tidak akan menutup kemungkinan untuk nasabah non muslim.

Banyak yang beranggapan bank syariah itu hanya diperuntukkan untuk orang-orang muslim, karena bank syariah dalam menjalankan kegiatan

¹ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm 116-117.

usahanya berdasarkan pada prinsip Islam, maka sebagian orang akan berpandangan bahwa bank syariah ini identik dengan Islam dan umat Islam. Dengan kata lain, bank syariah hanya diperuntuhkan kepada orang-orang yang beragama Islam saja, sedangkan agama lain (non muslim) tidak bisa bertransaksi didalamnya. Pandangan ini tentu keliru dan perlu diluruskan. Kalau dikatakan bank syariah itu identik dengan Islam, hal itu memang benar adanya, karena ketika kita berbicara tentang syariah, maka secara otomatis akan bicara tentang Islam. Keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Namun yang perlu dipahami, bank syariah tidak terkait sama sekali dengan ritual keagamaan atau peribadatan dari agama Islam. Bank syariah dalam menjalankan kegiatannya, tidak terbatas hanya untuk orang yang beragama Islam saja, tapi juga terbuka bagi non muslim. Dengan kata lain bank syariah bisa memberikan pembiayaan atau jasa kepada non muslim. Kaum non muslim bisa menabung, meminta pembiayaan atau menggunakan jasa bank syariah.

Pada saat sekarang ini, perbankan syariah tumbuh dengan pesat diseluruh dunia, tidak hanya di Negara Islam/mayoritas berpenduduk muslim, namun juga di Negara-negara yang bukan Islam, seperti Amerika Serikat, Singapura dan Britania Raya (*United Kingdom*). Bahkan Britania Raya pada saat ini bertekad menjadi pusat keuangan dan perbankan syariah di dunia. Perbankan dan keuangan syariah berkembang pesat disana, padahal bukan negara Islam. Begitu juga dengan Singapura yang bertekad menjadi pusat keuangan syariah di dunia dengan memperlonggar peraturan-peraturan terkait

perbankan syariah sehingga bisa berkembang dengan pesat. Di Malaysia, hampir 15% nasabah bank syariah adalah non muslim. Hal ini mengidentifikasikan secara jelas bahwa bank syariah tidak hanya untuk orang yang beragama islam saja.²

Bukan hal yang asing lagi jika bank-bank syariah memiliki nasabah non muslim, baik itu di negara-negara luar maupun di negara dalam negeri itu sendiri. Seperti halnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga, terdapat 5% nasabah non muslim, dari seluruh nasabah yang jumlahnya 8420, total nasabah non muslim yang mengambil produk tabungan 208, dan belum termasuk nasabah yang memiliki tabungan lebih dari satu, serta dengan nasabah non muslim yang masih aktif dan terus melakukan transaksi di dalam Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga. Dengan adanya lembaga keuangan syariah yang didalamnya terdapat nasabah non muslim, ini sebuah apresiasi yang baik, karena di zaman yang modern seperti sekarang ini banyak lembaga keuangan konvensional baik itu lembaga keuangan bank maupun non bank yang marak berdiri di seluruh pusat-pusat kota, dengan menawarkan berbagai macam jenis produk maupun jasa dengan karakteristik yang berbeda-beda. Salah satu produk di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yaitu, tabungan yang memiliki enam jenis produk tabungan, banyak nasabah dari kalangan non muslim yang terus bertransaksi menggunakan produk tabungan ini,

² Perkembangan bank Syariah di negara mayoritas penduduk non Muslim <http://www.hukumpedia.com/hildagustina/perkembangan-bank-syariah-di-negara-dengan-mayoritas-penduduk-non-muslim>, diakses pada hari/tanggal Selasa, 22 Desember 2015, pukul 08.49.

bahkan satu orang tidak hanya memiliki tabungan satu jenis saja, tetapi ada dua atau tiga tabungan dengan jenis yang berbeda-beda, misalkan tabungan investasi cendekia yang merupakan tabungan untuk pendidikan, serta tabunganku yang diperuntuhkan untuk kalangan pribadi.³

Sesuai dengan penjabaran diatas maka terlihat ada keterkaitan antara kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga terhadap kepuasan nasabah non muslim. Kepuasan yang diharapkan (*Expected Satisfaction*) yang berarti konsumen mengevaluasi berbagai alternatif merek berdasarkan kemampuan merek produk itu untuk memenuhi harapan yang dibuat konsumen. Merek yang paling mampu memenuhi harapan tingkat kepentingan yang paling tinggi akan dipilih oleh konsumen.⁴ Penelitian ini lebih memfokuskan kepada produk, terutama pada kualitas produk tabungan bank syariah, yang dipengaruhi oleh faktor kepuasan nasabah. Di mana harapan mereka sesuai dengan kinerja yang diberikan oleh bank syariah mandiri purbalingga itu sendiri, khususnya kepada nasabah non muslim. Kualitas produk yang dimaksud di sini adalah pada dimensi dari kualitas produk yang terdapat 6 dimensi, pertama, Kinerja yaitu; sejauh mana produk atau jasa “digunakan dengan benar” jumlah atribut yang ditawarkan, kemampuan pegawai untuk menangani masalah dengan baik, kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan. Kedua, Interaksi Pegawai yaitu; keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat yang

³ Wawancara dengan Bapak Waluyo Wibowo selaku *Operation Officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga, pada hari/tanggal Selasa 05 Januari 2016, pukul 13.00.

⁴ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm 24.

memberi jasa atau barang. Ketiga, Reliabilitas yaitu; konsistensi kinerja barang, jasa, atau toko. Keempat, Ketepatan Waktu dan Kenyamanan. Kelima, Estetika yaitu; penampilan fisik barang atau toko, dan yang keenam, Kesadaran akan Merek.⁵

Dalam perbankan konvensional maupun syariah memiliki kesamaan sistem, yaitu sama-sama mencari keuntungan. Namun perbedaannya ada dalam model pembagian dari hasil keuntungan tersebut, misalkan bank konvensional dalam pembagian keuntungan disebut dengan bunga, sedangkan pada bank syariah disebut dengan bagi hasil. Dengan di jaman yang semakin maju ini maka persaingan dalam bidang bisnis tersebut akan semakin ketat dan gencarnya, maka banyak lembaga-lembaga perbankan yang saling menawarkan produk ataupun layanan baik itu dari perbankan konvensional maupun syariah itu sendiri. Demikian juga yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu di Purbalingga.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah Non Muslim”.

B. Rumusan Masalah

Beberapa hal yang menjadi permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

⁵ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Terj. Dwi K. Yahya*, (Bandung: Erlangga, 2002), hlm 92.

1. Apakah ada Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Secara *Simultan* Terhadap Kepuasan Nasabah Non Muslim?
2. Apakah ada Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Secara *Parsial* Terhadap Kepuasan Nasabah Non Muslim?

C. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap pemahaman judul di atas dan agar mendapat gambaran yang jelas, maka di sini penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁶ Kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.⁷ Dalam pengevaluasian pelanggan maka diperlukan dimensi-dimensi dari kualitas produk. Kualitas produk terdapat 6 macam dimensi yaitu;

a. Kinerja

Sejauh mana produk atau jasa “digunakan dengan benar” jumlah atribut yang ditawarkan, kemampuan pegawai untuk menangani

⁶ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Terj. Bob Sabran*, (Bandung: Erlangga, 2009), hlm 143.

⁷ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Terj. Dwi K. Jaya...*hlm 90.

masalah dengan baik, kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan.

b. Interaksi Pegawai

Keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat yang memberi jasa atau barang.

c. Reliabilitas

Konsistensi kinerja barang, jasa, atau toko.

d. Ketetapan Waktu dan Kenyamanan

Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau jasa diberikan, kenyamanan pembelian dan proses jasa, termasuk penerimaan kartu kredit, jam kerja toko, dan tempat parkir.

e. Estetika

Penampilan fisik barang atau toko, daya tarik penyajian jasa, kesenangan atmosfer di mana jasa atau produk diterima, bagaimana desain produk yang akan diperlihatkan kepada masyarakat.

f. Kesadaran akan Merek

Dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi konsumen.⁸

2. Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga

⁸ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Terj. Dwi K. Jaya...hlm...95*

a. Tabungan BSM

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

b. Tabungan Mabruur

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah

c. Tabungan Investasi Cendekia

Adalah tabungan untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

d. Tabungan Berencana

Adalah tabungan yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

e. Tabungan Simpatik

Adalah tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang telah disepakati.

f. Tabunganku

Tabunganku merupakan tabungan untuk prorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Kepuasan Nasabah

Menurut pendapat Philip Kotler dan Amstrong dalam bukunya Rismi Somad dan Donni Juni, yang berjudul *Manajemen Komunikasi (Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan)* kepuasan pelanggan adalah tingkatan di mana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk sesuai dengan harapan yang dirasakan pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka pelanggan tidak akan puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pelanggan akan terpuaskan. Begitu pula Engel, Blackwell and Miniard menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan merupakan evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

IAIN PURWOKERTO

Oliver (1993) menyatakan bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan, yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Lebih lanjut lagi, Parasuraman dan Berry menyatakan bahwa harapan adalah standar perbandingan yang biasa digunakan dalam dua cara yang berbeda yaitu: “*What customer believe will occur in a service encounter (predictions) and what customers want to occur (desires)*”. Apa yang akan dipikirkan pelanggan dalam menghadapi pelayanan (persepsi) dan apa yang ingin dipikirkan pelanggan (keinginan).⁹

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan akan merasa mendapatkan value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang

⁹ Rismi Somad dan Donni Juni, *Manajemen Komunikasi (Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan)* (Bandung: ALFABETA, 2014), hlm 32-33.

berkualitas maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.¹⁰

4. Nasabah Non Muslim

Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman, serta melakukan transaksi simpanan atau pinjaman tersebut pada sebuah bank.¹¹ Nasabah non muslim adalah seseorang atau suatu perusahaan yang menganut agama selain agama Islam yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya yang melakukan transaksi pada sebuah bank.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga secara *Simultan* terhadap kepuasan nasabah non muslim.
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dimensi kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga secara *Parsial* terhadap kepuasan nasabah non muslim.

¹⁰ Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 194.

¹¹ Pengertian Nasabah Non Muslim, <http://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabahnonmuslim> diakses pada hari/tanggal senin, 1 November 2016, pukul 21.09.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah non Muslim dan mengetahui perkembangan Bank Syariah Mandiri saat ini serta dapat memberikan alternatif pilihan bagi peneliti dalam menentukan lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syari'at Islam.

b. Bagi Bank Syariah Mandiri

Dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi Manajemen Perbankan Syariah dalam pengembangan serta memajukan pengelolaan Manajemen Perbankan Syariah agar lebih kompetitif dengan lembaga keuangan Syariah yang tidak hanya diperuntuhkan untuk nasabah Muslim, tetapi nasabah non Muslim juga.

c. Bagi IAIN Purwokerto

Sebagai salah satu bahan referensi untuk IAIN Purwokerto dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika penulisan yang merupakan garis besar dari skripsi ini. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kajian pustaka dan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan penelitian, serta rumusan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji validitas dan reliabilitas.

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tempat penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data, analisis data penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, dan saran-saran yang ditujukan untuk pihak terkait baik Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang terdiri dari variable kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, kesadaran akan merek, terhadap kepuasan nasabah Non muslim di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari kedua variable tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah di kemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji *simultan* (F) secara bersama-sama (parsial) ada pengaruh yang signifikan antara variabel kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, dan kesadaran akan merek dengan kepuasan nasabah non muslim.
2. Berdasarkan uji *parsial* (t) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kinerja (X1)

Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kinerja terhadap kepuasan nasabah.

- b. Interaksi Pegawai (X2)

Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel interaksi pegawai dengan kepuasan nasabah.

c. Reliabilitas (X3)

Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel interaksi reliabilitas dengan kepuasan nasabah.

d. Ketepatan waktu dan Kenyamanan (X4)

Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel ketepatan waktu dan kenyamanan terhadap kepuasan nasabah.

e. Estetika (X5)

Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel estetika terhadap kepuasan nasabah.

f. Kesadaran akan Merek (X6)

Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kesadaran akan merek terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran-saran

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh kualitas produk tabungan Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah non muslim penggunaan, agar lebih baik dimasa mendatang, penulis ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan ataupun peningkatan nasabah di Bank Syariah Mandiri baik itu nasabah muslim maupun non muslim. Adapun saran-saran tersebut penulis sampaikan kepada:

1. Pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga sebagai lembaga *intermediary*, diharapkan terus meningkatkan tingkat kualitas produk maupun pelayanan yang baik kepada nasabah, baik itu nasabah muslim maupun non muslim sebagai sarana untuk menarik kepuasan nasabah bank Syari'ah dan tetap terus konsisten dalam menjalin komunikasi dengan para nasabah agar tercipta hubungan simbiosis mutualisme.

2. Masyarakat

Sudah seharusnya kita merubah paradigma tentang bank syari'ah bahwa bank syari'ah adalah solusi berkeadilan, yang lebih universal tidak membeda-bedakan faktor agama. Serta di bank syariah banyak dari nasabah yang non muslim, ini merupakan contoh yang baik, kenapa nasabah muslim juga tidak menabung di bank yang sesuai dengan syariat Islam (syariah). Dan sudah sepantasnya kita mendukung upaya mengembangkan usaha perbankansyari'ah dalam menjalankan amanat sebagai jasa keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menghasilkan ide-ide yang lebih baik dari penelitian ini, dan sebagai sarana ilmu pengetahuan supaya dapat meningkatkan jenis penelitian ini serta dapat menambahkan jumlah variabel independen yang belum ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Edisi I, Jakarta: Granit.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Evi Yupitri dan Raina Linda, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri*” (Studi Kasus : Bank Syariah Mandiri Medan), *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, Desember 2012.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://www.hukumpedia.com/hildagustina/perkembangan-bank-syariah-di-negara-dengan-mayoritas-penduduk-non-muslim>, diakses pada hari/tanggal Selasa, 22 Desember 2015, pukul 08.49.
- <http://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabahnonmuslim> diakses pada hari/tanggal senin, 1 November 2016, pukul 21.09.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, ed.2, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank Edisi Revisi, Cetakan Ke-3*, Jakarta: Kencana.
- Koentjaraningrat. 1994. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Ketiga,, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Terj. Bob Sabran*, Bandung: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis Ekonomi*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN.

- Marlina Ayu Apriyantini, “*Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta*”, Skripsi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta: Tidak Diterbitkan, Tidak Ada Tahun.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Terj. Dwi K. Yahya*, Bandung: Erlangga.
- Nasution, M. N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rianto, Nur. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Rifa’atul Mahmudah, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah*” (*Studi Kasus: Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang*), Skripsi Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, (Semarang: Tidak Diterbitkan, Tidak Ada Tanggal)
- Rochaety, Eti dan Ratih Tresnati. 2005. *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2013. *SPSS vs LISREL, Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta : Salemba Empat.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung : Refika Aditama.
- Somad, Rismi dan Donni Juni. 2014. *Manajemen Komunikasi (Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan RAD*, Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Suryabrata, Sumadi. 1994. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. 2011. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2000. *Total Quality Management Edisi Revisi*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Service Quality dan Satisfaction edisi 2*, Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian* Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Umar, Husein. 2001. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Usman, Husain dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wawancara dengan Bapak Waluyo Wibowo selaku *Operation Officer* Bank Syariah Mandiri Purbalingga, pada hari/tanggal Selasa 05 Januari 2016, pukul 13.00.