

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BPRS BINA AMANAH
SATRIA KANTOR KAS BUMIAYU**



SKRIPSI

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

IAIN PURWOKERTO

Oleh :

**LAELA INAROTUL HIDAYAH
NIM. 1522202018**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah ini:

Nama : Laela Inarotul Hidayah
NIM : 1522202018
Jenjang :S-1 (Sarjana)
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan :Perbankan Syari'ah
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Judul Skripsi :Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

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

IAIN PURW

Purwokerto, 07 Februari 2020

Saya yang menandatangani,



NIM. 1522202018

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BPRS BINA AMANAH SATRIA KANTOR KAS BUMILAYU

Yang disusun oleh Saudari **Laela Inarotul Hidayah NIM. 1522202018** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **28 April 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



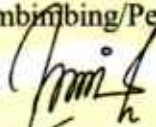
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji



H. Slamet Akhmad, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Pembimbing/Penguji



Siti Ma'sumah, M.Si.
NIDN. 2010038303

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, April 2020

Mengetahui/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

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Laela Inarotul Hidayah NIM1522202018 yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BPRS BINA
AMANAH SATRIA KANTOR KAS BUMIAYU**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 07 Februari 2020
Pembimbing,

Siti Ma'sumah, M. Si.
NIP. 2010030303



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BPRS BINA
AMANAH SATRIA KANTOR KAS BUMIAYU**

LAELA INAROTUL HIDAYAH
NIM. 1522202018

E-mail: inarotullaela66@gmail.com
Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yakni melalui kuesioner dan juga dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini yakni 97 orang yang terdaftar sebagai nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu Tahun 2019. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel yang dioperasionalkan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah antara lain variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan taraf signifikan 0,029, variabel kualitas produk (X_2) dengan taraf signifikansi 0,017, dan variabel promosi produk (X_3) dengan taraf signifikan 0,033. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan taraf signifikansi 0,001, sehingga empat hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

IAIN PURWOKERTO

Kata Kunci : *Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Promosi.*

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND
PROMOTION TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION IN BPRS BINA
AMANAH SATRIA KANTOR KAS BUMIAYU**

LAELA INAROTUL HIDAYAH
NIM. 1522202018

E-mail: inarotullaela66@gmail.com
Department of Sharia Banking Faculty of Economics and Business Islamic State
Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality, and promotion partially and simultaneously on the level of customer satisfaction at BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu Office.

This type of research is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires and documentation. The samples in this study were 97 people registered as customers in BPRS Amanah Satria Bumiayu 2019. Data analysis techniques used were using validity and reliability tests, classic assumption tests, and multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that partially all operational variables have a significant influence on customer satisfaction including service quality variables (X1) with a significant level of 0.029, product quality variables (X2) with a significance level of 0.017, and product promotion variables (X3) with a level of significant 0.033. In a manner simultaneous service quality, product quality, and promotion variables also have a significant influence on customer satisfaction with a significance level of 0.001, so that the four hypotheses that have been proposed in this study are declared acceptable.

Keywords: *Service quality, Product quality, Promotion.*

MOTTO

*“Selalu Bersyukur, yang sudah pergi lupakan, yang belum datang tunggu saja,
yang sudah ada bersyukurlah”*

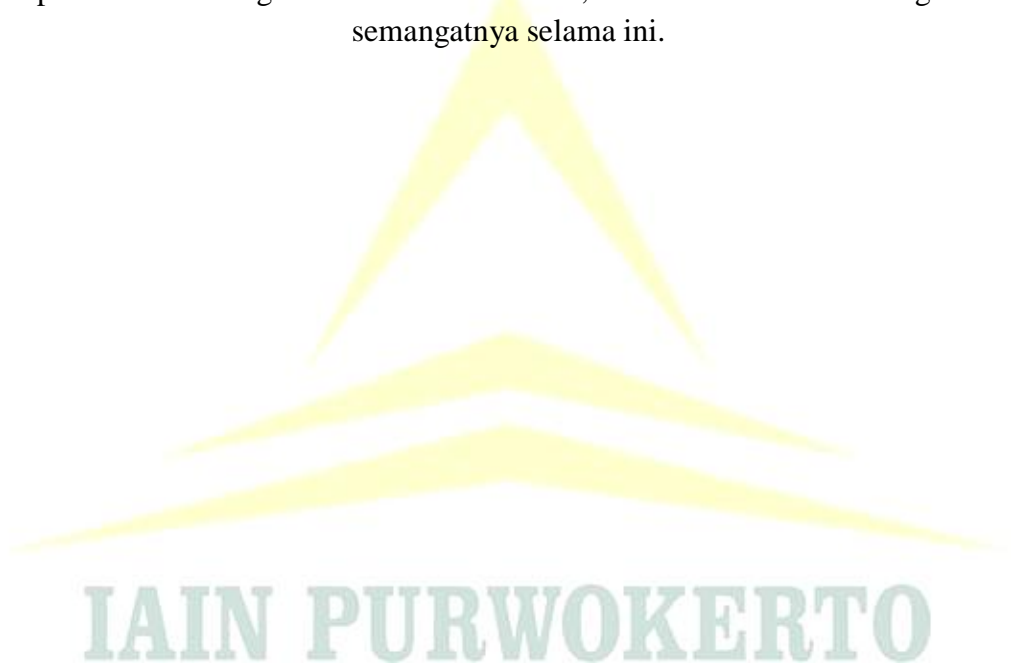
*“Dan sungguh Kami benar-benar akan menguji kalian, sehingga Kami
mengetahui orang-orang yang bersungguh-sungguh dalam agama Allah dan
orang-orang yang bersabar di antara kalian” (Q. S. Muhammad: 31).*



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur, Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan karunia-Nya skripsi ini mampu terselesaikan.

Skripsi ini ku persembahkan kepada Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini dapat menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia. Untuk kakak tercinta, terimakasih untuk dukungan dan semangatnya selama ini.



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitiaanskripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ص	šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas

غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	yā'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

متعددة	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

3. Tā' marbūṭah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti *shalat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
عنة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

4. Vokal pendek

-----◌-----	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>

-----◌-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>
فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

5. Vokal panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهليّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Dammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
فُرُوض	ditulis	<i>furūd</i>

6. Vokal rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قَوْل	ditulis	<i>qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

- Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

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

السَّمَاء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	ditulis	<i>Żawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umatnya. Penulisan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada;

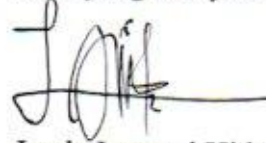
1. Dr. K.H. Moh. Roqib, M. Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag.Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S. Ag, M.M., Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M. Si, Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Siti Ma'sumah M. Si, pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan dan kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikannya.
8. Kedua orang tua saya Ibu Juhanah dan Bapak Saefudin serta Teteh Oom Komalasari, terimakasih atas do'a, motivasi, perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.

9. Sahabatku di Kampung halaman Iim Wahyuningsih yang telah memberikan do'a dan dukungan selalu.
10. Teman di pondok pesantren modern Elfira yang selalu memberikan support dan doa.
11. Anton Tesani lelaki yang selalu menemani dan mensupport agar saya terus berjuang sampai sejauh ini.

Akhirnya, penulis berharap semoga jerih payah selama ini dapat dinilai sebagai ibadah untuk mendapat ridho-Nya. Dan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. *Aamiin ya Rabbal'alamin.*

Purwokerto, 07 Februari 2020

Saya yang menyatakan,



Laela Inarotul Hidayah

NIM. 1522202018



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO HIDUP.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kepuasan Nasabah.....	12
B. Kualitas Pelayanan.....	13
C. Kualitas Produk	14
D. Promosi.....	15
E. Landasan Teologis	17
F. Penelitian Terdahulu	18
G. Kerangka Teori.....	21
H. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	23
D. Sumber Data	23
E. Populasi dan Sampel	25
F. Variabel dan Indikator Penelitian.....	26
G. Teknik Pengumpulan Data	28
H. Pengembangan Instrumen	29
I. Teknik Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum BPRS Bina Amanah Satria.....	36
B. Struktur Organisasi BPRS Bina Amanah Satria.....	36
C. Sejarah Pendirian BPRS Bina Amanah Satria.....	37
D. Visi, Misi, dan Tujuan BPRS Bina Amanah Satria.....	38
E. Produk BPRS Bina Amanah Satria.....	39
F. Hasil Penyebaran Kuesioner	42
G. Deskripsi Responden	43
H. Pengembangan Instrumen	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas.....	49
I. Analisis Data Penelitian.....	50
1. Uji Asumsi Klasik	50
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
J. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan / perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah menghindari sistem bunga dalam mengoperasikan usahanya. Keberadaan bank syariah/bank Islam dapat dijadikan sebagai solusi alternatif terhadap persoalan-persoalan tentang adanya pertentangan serta perdepatan antara konsep bunga dengan riba (Muhammad, 2005).

Secara umum konsep perbankan syariah menawarkan sebuah sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam/prinsip syariah. Ada beberapa perbedaan konsep dalam perbankan konvensional yang dianggap membawa kesengsaraan karena mengandung unsur riba, unsur riba dianggap sangat bertentangan dengan syariat menawarkan berbagai produk perbankan yang bebas bunga berupa pembiayaan bagi hasil (Fadhila, 2015). Perkembangan perbankan syariah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1990 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan di tengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga tinggi. Pada saat yang bersamaan, perbankan konvensional tidak memiliki ketersediaan dana liquid yang cukup besar untuk kebutuhan operasionalnya. Para nasabah peminjam mengalami ketidakmampuan untuk mengembalikan dana pinjaman karena tingginya nilai suku bunga. Terpuruknya perbankan konvensional menjadi suatu pelajaran bagi pengambil kebijakan moneter untuk mencoba menerapkan sistem moneter alternatif. Sistem manajemen syariah diyakini dapat menjadi solusi

dalam membangun kembali sistem perekonomian Indonesia. Para Ulama, ahli fiqh, dan Islamic Banker di dunia Islam menyatakan bahwa bunga yang diterapkan dalam perbankan konvensional adalah riba dan riba diharamkan (Ali, 2008).

Dalam perkembangannya, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh semua golongan masyarakat tanpa kecuali. Sebagai lembaga intermediasi, bank berupaya agar masyarakat bersedia menyimpan dananya, antara lain dalam bentuk tabungan, deposito, giro untuk kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit. Namun, sebagian besar perbankan di Indonesia masih menggunakan sistem riba, dimana dalam hukum Islam riba itu haram karena riba merupakan tambahan uang atas modal yang diperoleh dengan cara yang tidak dibenarkan syara', apakah tambahan itu berjumlah sedikit maupun berjumlah banyak seperti yang disyaratkan dalam Al-Qur'an. Riba sering diterjemahkan orang dalam bahasa Inggris sebagai "*usury*" yang artinya "*the act of lending money at an exorbitant or illegal rate of interest*" (Muhammad. 2005). Bank secara syariah bertujuan memberikan sumbangan positif pada pencapaian tujuan ekonomi umat yang lebih baik.

Akan tetapi setiap perusahaan termasuk bank syariah pada dasarnya, memiliki tujuan utama yaitu mendapatkan tingkat kepuasan nasabah yang tinggi memperoleh laba yang maksimal. Terlebih era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan maju di tengah situasi perekonomian Indonesia yang relatif tidak stabil, khususnya dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan tersebut (Syafi'i, 2001). Hal inilah yang kemudian menjadi tema besar bagi peneliti dalam mengangkat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada bank syariah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, sementara kepuasan masyarakat selaku nasabah merupakan kondisi psikologis terkait perasaan

senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara produk yang dirasakan dan diharapkan (Tjiptono, 2006). Tingkat kepuasan nasabah menjadi ukuran penting bagi keberlangsungan perusahaan termasuk bank syariah. Hal ini dikarenakan, kepuasan nasabah tentu memiliki arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena tingkat kepuasan nasabah dapat menunjukkan apakah perusahaan atau suatu bank syariah mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Selain itu, kepuasan nasabah suatu perusahaan termasuk bank syariah tentu dapat mempengaruhi kebijakan para investor atas setiap investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang secara tidak langsung diperoleh dari kepuasan para nasabah tentu dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya, sebaliknya apabila kepuasan nasabah rendah akan menyebabkan investor menarik dananya secara tidak langsung. Oleh sebab itu, bagi perusahaan khususnya bank syariah, tingkat kepuasan nasabah digunakan sebagai evaluasi efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah perusahaan, semakin terjamin pula kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Terkait variabel tingkat kepuasan nasabah, peneliti akan menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi sebagai variabel independen untuk melihat sejauhmana pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah. Oleh karenanya perusahaan akan berupaya dalam memaksimalkan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Terdapat tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan pasien antara lain kepuasan general atau keseluruhan (*overall statisfaction*), konfirmasi harapan (*confirmation of expestations*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspetasi, dan perbandingan dengan situasi ideal (*comparison to ideal*) yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi nasabah.

Dijelaskan oleh Tjiptono (2006) bahwa pada dasarnya terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam suatu perusahaan,

akan tetapi dua faktor yang paling dominan berpengaruh adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Oleh karenanya suatu pelayanan dikatakan berkualitas jika pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan (Parasuraman, 2004). Tujuan pelayanan adalah untuk menyediakan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat sebagai nasabah. Pelayanan yang terbaik adalah pelayanan yang dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan atau apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah sebagai pengguna layanan tersebut. Pelayanan yang baik membawa implikasi terhadap kepuasan publik (nasabah). Kualitas pelayanan telah menjadi salah satu isu penting bagi keberlangsungan perusahaan termasuk bank syariah. Hal ini karena kualitas pelayanan memiliki arti penting dalam kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena kualitas pelayanan menunjukkan apakah suatu bank syariah mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Sementara itu, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yakni kualitas produk. Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan nasabah yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas produk merupakan hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar teruji dengan baik mengenai kualitas. Karena bagi nasabah, diutamakan adalah kualitas produk itu sendiri. Konsumen lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik jika dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhannya (Darmadi, 2004).

Selain kualitas produk, salah satu faktor lain yang juga mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di suatu bank syariah adalah promosi produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan termasuk perusahaan perbankan dalam memasarkan produk/jasa. Menurut Husein Umar definisi promosi yakni salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan pada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk

baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian (Husein, 2000). Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk sehingga konsumen tertarik dan melakukan pembelian pada produk tersebut, sehingga promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan mudah dimengerti masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan objek penelitian terhadap bank perbankan syariah yakni pada BPR Syariah Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria KK Bumiayu ini bertujuan supaya dapat semakin memperluas dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara Syariah bagi masyarakat yang tidak terakses oleh Bank Umum Syariah, khususnya kalangan masyarakat pengusaha kecil-mikro (UMKM). Sebagaimana dikehendaki oleh Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta Peraturan Bank Indonesia yang secara khusus mengatur tentang BPR Syariah.

Pendirian BPR Syariah Bina Amanah Satria bertujuan tidak semata berorientasi bisnis untuk mencari keuntungan finansial di sektor perbankan, melainkan terutama menjalankan dakwah di bidang ekonomi (Maaliah) secara syariah yang berpihak kepada rakyat kecil agar kemampuan usaha maupun ekonominya dapat tumbuh dan berkembang berdasarkan prinsip syariah Islam. Sistem operasional yang diterapkan BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu adalah system yakni Jemput Bola yaitu sistem yang diterapkan oleh perbankan dengan cara mendatangi langsung kepada para nasabahnya baik di rumah nasabah maupun di tempat mereka kerja. Biasanya sistem ini digunakan dalam penarikan tabungan, angsuran, pembayaran rekening listrik sesuai dengan produk yang ada di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu.

Adapun dalam menjalankan operasionalnya BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits namun juga mengacu pada UU No.21 Tahun 2008 dan Fatwa MUI tentang Perbankan Syariah. Dalam perkembangannya, BPRS Bina

Amanah Satria KK Bumiayu harus mengikuti kebutuhan nasabah yang semakin hari semakin bervariasi, yang menyebabkan munculnya jenis-jenis produk pembiayaan baru. Salah satunya yaitu produk pembiayaan multijasa. Hal ini tentu menarik masyarakat di wilayah bumiayu dalam melakukan transaksi di bank Syariah tersebut. Sehingga dari tahun ke tahun jumlah nasabah di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu semakin bertambah. Peneliti merasa tertarik dengan melakukan penelitian di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu.

Akan tetapi pada pelaksanaannya, masih terdapat beberapa masalah di manajemen BPRS Bina Amanah Satria KK di Bumiayu. Berdasarkan hasil pra-survey yang telah dilakukan, peneliti menemukan fakta bahwa karyawan BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu ternyata tidak maksimal dalam melayani nasabah dalam sistem jemput bola yang dilakukan. Sebagian besar pelanggan mengeluhkan bahwa karyawan tidak berkenan menunggu lama apabila nasabah tidak sedang berada di rumah, seringkali karyawan yang tidak rutin datang sesuai jadwal yang ditentukan, nasabah susah menghubungi karyawan, hingga karyawan yang cenderung tidak ramah dan tidak persuasif dalam berinteraksi.

Selain itu, di tataran manajemen juga terdapat beberapa permasalahan. Berdasarkan hasil pra-wawancara peneliti terhadap para karyawan BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu, diakui bahwa atasan di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu cenderung bersikap otoriter terhadap karyawan. Manager cenderung bersikap instruktif daripada demokratis. Hal ini tentu menimbulkan perasaan tidak nyaman bagi para karyawan untuk berpendapat atau memberi masukan. Parahnya, sikap instruktif atasan tersebut, justru tidak diikuti perintah yang jelas sehingga membingungkan karyawan. Pada kondisi ini, karyawan dihadapkan pada kondisi dimana mereka harus melakukan pelayanan langsung dengan sistem jemput bola, namun tidak berdasarkan instruksi yang jelas dari manager. Hal ini diakui oleh karyawan BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu bahwa seolah perusahaan menuntut target yang terlalu sulit untuk dicapai karyawan. Ini belum ditambah masalah komunikasi

horizontal antara pimpinan dan karyawan yang tidak ideal bagi segi kualitas (keakraban, hubungan informal, keterbukaan) dan kuantitas (frekuensi tatap muka dan intensitas dalam komunikasi). Uraian kondisi ini mencerminkan sebenarnya ada pula masalah di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu.

Secara akumulatif, berbagai masalah ini tentu menimbulkan masalah ketidakpuasan bagi masyarakat Bumiayu khususnya pelanggan BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Menurut hasil pra-wawancara peneliti bersama para nasabah, diakui bahwa sebenarnya nasabah tidak puas dengan bagaimana manajemen BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu berjalan. Sebagian beranggapan bahwa hal tersebut membuat nasabah gerah dan berpikir untuk berganti bank, namun sebagian lagi justru tidak menganggap hal tersebut sebagai sebuah masalah. Akan tetapi, mayoritas nasabah masih percaya untuk tetap menggunakan layanan BPRS Bina Amanah Satria, karena tidak banyak bank di Kabupaten Bumiayu yang bisa menerapkan sistem jemput bola kepada para nasabah.

Berdasarkan pada penjabaran di atas dan beberapa hasil penelitian-terdahulu pada variabel terkait, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di perusahaan perbankan syariah dengan judul yakni **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.”**

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kerancuan yang menyebabkan kesalahpahaman dalam mengartikan istilah dalam penelitian ini, maka penulis terlebih dahulu akan memberikan batasan istilah dari judul penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Oleh karenanya pelayanan dikatakan

berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan dalam bank syariah tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat (nasabah).

2. Kualitas Produk

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

3. Promosi

Promosi merupakan komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada nasabah bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik nasabah untuk melakukan kegiatan pembelian.

4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang nasabah setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah dirasakan dengan harapannya, kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kondisi psikologis terkait evaluasi pasca konsumsi terkait perasaan senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara produk yang dirasakan dan diharapkan.

5. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Bank syariah yang menjadi subjek penelitian ini adalah Kantor Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria KK Bumiayu yang berada di Kabupaten Bumiayu yang dilakukan pada periode penelitian tahun 2019.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu?

3. Bagaimana pengaruh promosi secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu?
4. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
- b. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
- c. Mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
- d. Mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu perbankan syariah khususnya berkaitan dengan analisis pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan kemampuan peneliti dalam mengidentifikasi permasalahan di bidang perbankan syariah khususnya terkait analisis bank syariah sebagai subjek penelitian dan dalam

memecahkan masalah penelitian yang ada menggunakan metode ilmiah.

2. Bagi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi atau bahan kajian bagi pihak yang berkaitan dalam bidang perbankan syariah, khususnya dalam upayanya untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabahnya di masa mendatang.

3. Bagi Masyarakat (nasabah)

Sebagai bahan referensi bacaan bagi masyarakat khususnya nasabah sehingga mereka senantiasa memperoleh wawasan pengetahuan yang mendalam khususnya tentang perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Di dalam penulisan penelitian ini agar mudah dibaca dan dipahami oleh para pembaca, maka penulis akan membaginya ke dalam beberapa bagian, antara lain bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Bagian pertama dari penelitian ini adalah halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan daftar lampiran. Penelitian ini akan dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini adalah gambaran awal dari yang akan dilakukan peneliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan

landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dibuat kerangka pemikiran dan juga menjadi dasar dalam pembentukan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metode penelitian menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, menerangkan analisis yang digunakan untuk menganalisis hasil pengujian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan terkait hasil penelitian dan pembahasan sekaligus analisa statistik terkait pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, variabel kualitas produk, dan variabel promosi terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian. Pada bagian akhir penelitian ini akan dicantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan, lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup penulis.

IAIN PURWOKERTO

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) secara definisi berasal dari kata *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberi sesuatu yang dicari oleh pelanggan sampai pada tingkat cukup, kepuasan pelanggan berbeda-beda bergantung nilai suatu produk atau objektivitasnya / subjektivitasnya (Rahmayanty, 2010). Pada hakikatnya kepuasan nasabah adalah keadaan di mana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, sehingga pelayanan dapat dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut sesuai dengan harapan nasabah. Sementara menurut Tangkilisan (2005) nasabah adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau perusahaan, maka hanya nasabah lah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Pelanggan dalam hal ini nasabah sering diartikan sempit sebagai pembeli, padahal pada kenyataannya pelanggan memiliki arti luas yaitu siapapun yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi atau jasa.

Menurut Barry (2002), kepuasan nasabah merupakan evaluasi pasca konsumsi untuk memilih alternatif dalam memenuhi harapan. Sementara itu, menurut Tjiptono (2006) kepuasan juga diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kotler (2005) menegaskan kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*Perceived Performance*) produk sesuai dengan harapan seorang pelanggan (*Expectation*).

Kemudian Windarti dalam bukunya menjelaskan kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk dan jasa Menurut Tjiptono (2006) beberapa indikator untuk mengukur kepuasan konsumen atau pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

b. Minat berkunjung kembali

Minat berkunjung kembali disini merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk.

c. Kesediaan merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan disini merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman kerabat atau keluarganya.

B. Kualitas Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah untuk menyediakan pelayanan yang terbaik bagi publik atau masyarakat. Pelayanan yang terbaik adalah pelayanan yang dapat memenuhi apa yang dijanjikan atau apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat pengguna layanan tersebut. Pelayanan yang baik akan membawa implikasi terhadap kepuasan konsumen atas pelayanan yang diterimanya. Kualitas pelayanan telah menjadi isu penting dalam penyediaan layanan publik pada berbagai perusahaan di Indonesia. Kesan buruknya pelayanan publik selama ini selalu menjadi citra yang melekat pada institusi penyedia layanan di Indonesia. Selama ini pelayanan publik selalu identik dengan kelambanan, ketidakadilan, dan biaya tinggi. Belum lagi etika pelayanan penyedia layanan tidak ekspresif dan mencerminkan pelayanan yang baik (Supriatna, 2006).

Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Oleh karena itu, pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Lembaga Administrasi Negara (LAN, 1998) dan Kepmenpan No. 81 Tahun 1995 membuat beberapa kriteria pelayanan publik yang baik dapat dilihat dari indikator-indikatornya, antara lain meliputi: prosedur, kejelasan,

keamanan, keterbukaan, efisiensi, ekonomis, keadilan yang merata, ketepatan waktu, dan kriteria kuantitatif. Berdasarkan penelitian dalam bidang jasa pelayanan dalam hal ini yakni pelayanan di bank syariah, maka Parasuraman (2004) mengidentifikasi lima dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dalam bidang jasa yaitu:

- a. Bukti langsung / dapat diraba / sarana fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan pelayanan (*reliability*). Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, akurat dan terpercaya.
- c. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa pelayanan dengan tanggap dan cepat.
- d. Jaminan / keyakinan (*assurance*), mencakup pengetahuan dan kesopanan petugas serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- e. Empati (*emphaty*), meliputi perbuatan / sikap untuk memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan, komunikatif dan memahami kebutuhan pelanggan.

C. Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Sebagai salah satu faktor kepuasan, kualitas produk merupakan penggerak kepuasan nasabah yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas produk merupakan hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang teruji dengan baik mengenai kualitas. Karena bagi nasabah yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik apabila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang memenuhi keinginannya (Darmadi, 2004).

Menurut Mullins dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari beberapa aspek, antara lain: (Mullins, 2005)

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
2. *Comformance specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya kekurangan pada produk.
3. *Features* (fitur) adalah karakteristik produk untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.
4. *Perceived quaility* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal.

D. Promosi

Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan termasuk perusahaan perbankan dalam memasarkan produk/jasa. Menurut Husein Umar definisi promosi yakni salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan pada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan

produk baru yang menggoda konsumen untuk bisa melakukan kegiatan pembelian (Husein, 2002). Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal yang penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen tertarik dan melakukan pembelian pada produk tersebut, sehingga promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi disampaikan mudah dimengerti masyarakat.

Promosi di ancing semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam-macam media, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen. Tujuan promosi secara sederhana antara lain memberi informasi pelanggan tentang produk baru, mengingatkan nasabahasabahakan merek perusahaan, dan mempengaruhi nasabah untuk membeli. Promosi adalah metode yang terkendali dan terpadu pada komunikasi lembaga atau perusahaan atas produk yang dapat memuaskan konsumen, mendorong penjualan dan memberikan kontribusi pada kinerja keuntungan perusahaan. Promosi menunjukkan adanya lalu lintas informasi dua arah meliputi informasi produk, dan segenap aspek informasi organisasi yang memerlukan pengolahan dalam keberadaannya. Menurut Djaslim Saladin promosi sebagai variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk untuk mencapai tujuan penjualan (Djaslim, 2006).

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), variabel promosi di perusahaan terdiri atas lima indikator utama, antara lain:

1. *Advertising* (periklanan)

Yaitu semua bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa. Periklanan dianggap sebagai manajemen citra bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup broadcast, print, internet, outdoor, dan bentuk lainnya.

2. *Sales promotion* (promosi penjualan)

Yaitu insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *discounts, coupons, displays, demonstrations, contests, dan events*.

3. *Personal selling* (penjualan perseorangan)

Yaitu presentasi personal tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *presentations, shows, dan incentive programs*.

4. *Public relations* (hubungan masyarakat)

Taitu membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan. Bentuk promosi digunakan mencakup *press releases, sponsorships, special events, dan web pages*.

5. *Direct marketing* (penjualan langsung)

Yaitu hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing, dan lainnya*.

E. Landasan Teologis

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

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

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentu mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.” (Qs. Ali Imran: 159).

F. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan untuk membantu peneliti mendapatkan gambaran penelitian ini serta membantu dalam membuat kerangka berfikir. Di samping itu, penelitian terdahulu juga berguna untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya sebagai kajian untuk mengembangkan wawasan berfikir peneliti. Penelitian terdahulu dalam penelitian ini diringkas dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung Nina Indah (2016) Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp. Tulungagung.	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan jumlah variabel independen yang berbeda yakni hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk.	Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi CARTER yang terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Institut Pertanian Bogor,	Persamaan dalam penelitian ini	Perbedaan dengan penelitian ini	Hasil penelitian menunjukkan

	Hendri Wijaya (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah XYZ.	yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	yakni secara metodologis penggunaan jumlah variabel independen yang berbeda yakni hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk	bahwa hanya dimensi price, service portfolio, reliability, dan tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan ketiga dimensi lainnya tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3	Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga Hanifurridwan (2016) Pengaruh Kinerja Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga.	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengoperasionalkan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel dependen dan mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan 2 variabel. Sementara pada penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel dan menjadikan BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebagai subjek penelitian.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja marketing terhadap kepuasan nasabah secara individual. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 15.890 (Sig. 0,000). Sedangkan nilai t tabel untuk degree of freedom (df) 90, level of significance ($\alpha/2$) 0,025 adalah 2.008 sehingga Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kinerja marketing terhadap kepuasan nasabah.
4	Universitas Muhammadiyah Surakarta Rika Yuliana (2016)	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh tangible (X1)

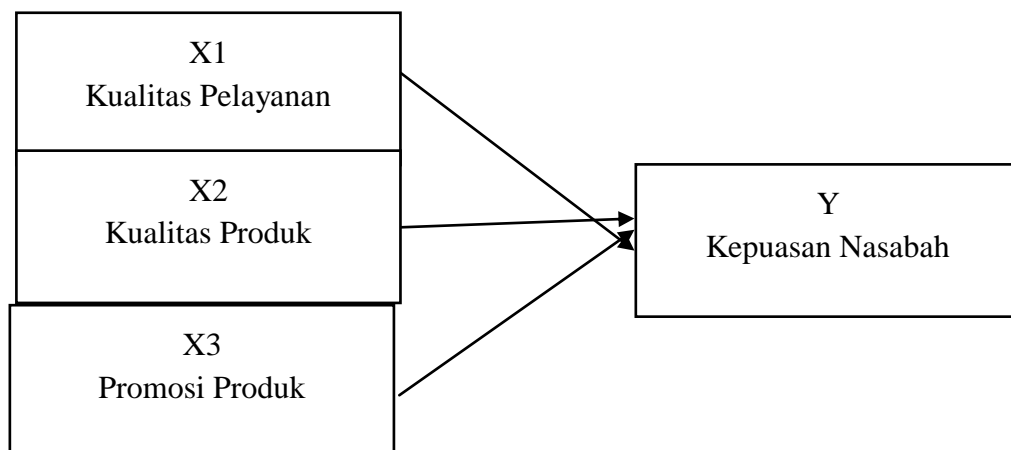
	Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Surakarta.	syariah sebagai topik penelitian.	jumlah variabel independen yang berbeda yakni hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk.	terhadap kepuasan nasabah Terdapat pengaruh variabel reliability (X2) terhadap kepuasan nasabah. Terdapat pengaruh variabel responsiveness (X3) terhadap kepuasan nasabah. Terdapat pengaruh variabel assurance (X4) terhadap kepuasan nasabah.
5	Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 6, No. 2 Tampubolon(2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan jumlah variabel independen yang berbeda yakni hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk.	Kesimpulan dari penelitian ini mengenai kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah telah di atas moderat Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor responsiveness, compliance, dan empathy. Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.
6	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau Wirdayani (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan jumlah variabel independen yang berbeda yakni	Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi CARTER yang terdiri dari compliance,

	Kepuasan Nasabah Bank.		hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi.	assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
7	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01, No. 02 Ulul Azmi (2018) Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta.	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama mengambil tema besar perbankan syariah sebagai topik penelitian.	Perbedaan dengan penelitian ini yakni secara metodologis penggunaan jumlah variabel independen yang berbeda yakni hanya kualitas pelayanan Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kinerja kualitas jasa bank umum syariah di Surakarta, dimana hasil dari dimensi compliance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness secara individu terhadap kepuasan nasabah bank umum syariah. Sedangkan untuk variabel assurance tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

G. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini penulis mencoba melihat hubungan antara variabel-variabel turunan dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah. Dengan begitu, kerangka pikir yang penulis susun adalah sebagai berikut:

Gambar. 2.1. Skema Kerangka Teori



H. Hipotesis Penelitian

Pengertian hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang adalah jawaban sementara atas permasalahan. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian dengan metode kuantitatif. Di dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa hipotesis antara lain:

Hipotesis

1. H_{01} : Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a1} : Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
2. H_{02} : Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a2} : Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
3. H_{03} : Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a3} : Promosi secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

4. H_{04} : Kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah

H_{a4} : Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah bagian mencari, mendapatkan data yang selanjutnya dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian, supaya prosesnya dapat berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukan adanya penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif yakni penelitian yang dinyatakan dengan statistik dan menekankan pada hubungan kausal (sebab akibat) antara variabel independen dengan variabel dependen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria, Kantor Kas Bumiayu yang beralamat di Jl. Diponegoro No 543 Jatisawit Bumiayu.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November sampai Desember 2019.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dan objek penelitian ini antara lain data terkait tingkat kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber

informasi yang dicari. Dalam hal ini peneliti turun ke lapangan dengan memberikan kuesioner kepada karyawan BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu yang menjadi sampel penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh penulis dari subjek penelitiannya. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data yang berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian yang terkait dengan tema, internet, mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi yakni wilayah generalisasi yang terdiri subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Tahun 2019 seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 3.1.

Jumlah Nasabah BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu 2019

No.	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan iB BAS	2.386 orang
2	Tabungan KU Ib	467 orang
3	Tabungan Pendidikan	347 orang
4	Tabungan Haji & Umroh	16 orang
5	Tabungan THR	89 orang
6	Tabungan Qurban	31 orang
Jumlah		3.336 orang

Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2019.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini yakni sejumlah 3.336 nasabah BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka digunakan rumus *Slovin* (Usman, 2006), dengan perincian sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = batas toleransi kesalahan / *error tolerance* (0,1)

Dari perhitungan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang diteliti adalah:

$$n = \frac{3.336}{1 + 3.336 (0,1)^2} = 97,1 \text{ dibulatkan menjadi } 97 \text{ nasabah.}$$

Dari perhitungan di atas, maka terlihat bahwa jumlah sampel yang diambil sebanyak 97 orang yang terdaftar sebagainasabah di BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu Tahun 2019. Pada pelaksanaannya, peneliti menggunakan *random sampling*. Menurut Sugiyono (2012), teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang dalam populasi. Dalam pelaksanaannya, peneliti meminta data nasabah BPRS Bina Amanah Satria yang berjumlah 3.336 nasabah. Dari jumlah tersebut, peneliti akan mengambil 97 nasabah secara acak sebagai sampel penelitian untuk kemudian berkunjung dan meminta kesediaannya mengisi angket kuesioner yang telah disediakan.

F. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dapat dibedakan menjadi: (Sugiyono, 2012).

1. Variabel *Independen* (X)

Variabel *Independen* / variabel bebas yakni variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel *dependen* (terikat).

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Oleh karenanya pelayanan dikatakan berkualitas jika pelayanan bank syariah tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah. Indikator kualitas pelayanan yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Parasuraman, 2004).

b. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas Produk (*Product Quality*) merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, serta ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya (Darmadi, 2004).

c. Promosi (X_3)

Promosi merupakan komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahu pada nasabah bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik nasabah untuk melakukan pembelian (Husein, 2003).

2. Variabel *Dependen* (Y)

Variabel *dependen* atau variabel terikat adalah hal yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah evaluasi pasca konsumsi terkait perasaan nasabah setelah membandingkan hasil yang dirasa dengan harapannya. Indikator kepuasan nasabah yakni kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2006).

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode atau teknik pengumpulan data dengan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian. Ketiga unsur di atas berpengaruh pada metode pengumpulan data. Masalah misalnya banyak yang tidak dipecahkan karena metode pengumpulan data yang tidak sesuai. Demikian instrumen penelitian yang disusun, bisa digunakan untuk mengumpulkan data yang ada di lapangan (Sugiyono, 2012). Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner

Metode kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden dengan maksud agar orang tersebut bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan peneliti. Pengumpulan data kuantitatif berkaitan dengan variabel tingkat kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi dengan menggunakan kuesioner tertutup. kuesioner tertutup yakni angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang pada kolom yang sesuai. Angket tertutup diberikan dan diisi sesuai sasaran penelitian yakni para nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Angket yang digunakan oleh peneliti sebagian besar adalah replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Reni Apriyanti (2015) yang kemudian peneliti sesuaikan dengan masalah penelitian ini dan indikator-indikator yang terdapat di tiap-tiap variabel yang dioperasionalkan.

Adapun skala yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang dalam menjawab setiap pernyataannya, responden diminta untuk menjawab persetujuan atau ketidakejtujuan terhadap isi pernyataan (Azwar, 2015). Skala pengukuran dimulai dengan menggunakan rentang skor 1 sampai dengan 5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = skor 5

Setuju (S)	= skor 4
Netral (N)	= skor 3
Tidak Setuju (TS)	= skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS).	= skor 1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, dokumen-dokumen tertulis untuk digunakan sebagai sumber penelitian (Faisal, 2012). Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa profil bank syariah, karakteristik pegawai, jumlah nasabah yang terlayani. Data yang diperoleh melalui dokumentasi merupakan data yang berfungsi sebagai data pendukung penelitian.

H. Pengembangan Instrumen

1. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang diukur. Menurut Sugiyono (2012) menguji validitas konstruk dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Teknik ini disebut teknik analisis butir. Rumus yang digunakan untuk validitas instrumen ini adalah *Product Moment*, 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_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

X : skor total dari jawaban responden terhadap variabel x

Y : skor total dari jawaban responden terhadap variabel y

n : jumlah sampel

Syarat instrumen penelitian dinyatakan valid adalah jika koefisien korelasi hitung (r_{hitung}) > (r_{tabel}) pada taraf signifikansi 5%. Dengan menggunakan *level of significance* 95% maka:

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), berarti item tersebut valid
- b. $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ($n-2, \alpha = 0,05$), berarti item tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan ketepatan atau *consistency* atau dipercaya. Artinya instrumen yang akan digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meski diulang-ulang dan dilakukan oleh siapa serta kapan saja. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dipercaya atau diandalkan. Uji Reliabilitas item merupakan uji statistik yang digunakan guna menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan dalam kehandalannya mengukur variabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach* (α) (Suliyanto, 2011), sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

- r_i : koefisien reliabilitas *alpha cronbach*
 k : jumlah item
 S_i : varians responden untuk item I
 St : jumlah varians skor total

Dengan *level of singnificance* 95% atau $\alpha = 0,05$, maka:

Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti kuesioner dinyatakan reliabel

Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, kuesioner dinyatakan tidak reliable

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran dan deskripsi data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, dan range (Ghozali, 2011). Tujuan analisis statistik deskriptif adalah memberi gambaran umum mengenai data variabel-variabel dalam

penelitian yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 21.0 *for Windows*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah nilai residual yang distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Ujnormalitas penelitian ini menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov smirnov* yakni uji yang menggunakan fungsi distribusi akumulatif. Nilai hasil residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $Z_{hitung} < Z_{tabel}$ atau nilai $Sig. > \alpha$ (0,05).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakahdi dalam model regresi ditemukan korelasi yang tinggi atau sempurna antar variable independen. Apabila di dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas suatu data adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor*(VIF) dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan metode *Gleyser test*. Dengan metode ini, gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh signifikansi koefisien regresi dari tiap variabel independen terhadap nilai absolut residualnya (e), jika nilai probabilitasnya $>$ nilai α (0,05) maka dapat dipastikan bahwa model regresi tidak mengandung unsur heteroskedastisitas atau dari nilai t hitung $\leq t$ tabel pada tingkat keyakinan 95% atau α 0,05.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini metode analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi digunakan peneliti untuk menguji variabel yang dioperasionalkan secara bersama-sama terhadap variabel profitabilitas dengan skala pengukuran rasio di dalam persamaan linier. Persamaan dari regresi linier berganda untuk pengaruh variabel independen seperti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi dan tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

b_1X_1 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b_2X_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk

b_3X_3 = Koefisien regresi variabel promosi

a = Konstanta

e = Variabel residu

Pembentukan dari model regresi dilanjutkan dengan pengujian kelayakan model berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2), uji parial (uji F) dan uji simultan (Uji t) sebagai berikut:

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi intinya merupakan uji yang mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *Adjusted R Square* (R^2) yang kecil berarti kemampuan seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen relatif terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

b_i = koefisien regresi variabel bebas ke-i

X_i = variabel bebas ke-i

Y = variabel terikat

b. Uji Simultan (F)

Uji F (simultan) merupakan uji terhadap koefisien regresi linier berganda secara bersama-sama. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Pengujian terhadap pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji distribusi F. Caranya adalah dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* dari hasil perhitungan SPSS. Dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (K-1)}{(1-R^2) / (n-K)}$$

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Banyaknya koefisien regresi plus constant

Hipotesis

H_{04} : Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

H_{a4} : Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kriteria penerimaan hipotesis:

Bila nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_a diterima dan bila nilai F hitung $<$ F table, maka H_a ditolak, yang berarti bahwa input yang digunakan berpengaruh secara bersama-sama.

c. Uji Parsial (t)

Uji Parsial (t) adalah pengujian terhadap koefisien regresi parsial untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dirumuskan sebagai berikut (Indriantoro, 2002):

$$t = \frac{bi - b^*}{Sbi}$$

bi = koefisien dari variabel ke i

bi* = nilai koefisien dari bi

Sbi = simpangan baku dari variabel bebas ke i

Hipotesis

1. H_{O1} : Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a1} : Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
2. H_{O2} : Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a2} : Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
3. H_{O3} : Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 H_{a3} : Promosi secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kriteria penerimaan hipotesis:

Apabila nilai t hitung $>$ t tabel atau atau sig $<$ 0,05, maka H_a diterima dan apabila nilai t hitung $<$ t tabel atau sig $>$ 0,05 dengan demikian H_a ditolak yang artinya variabel independen yang dioperasionalkan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Bina Amanah Satria

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria atau dikenal Bank Syariah BAS adalah salah satu BPR yang beroperasi berdasar prinsip syariah. PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria adalah salah satu lembaga perbankan syariah yang ada di Provinsi Jawa Tengah yang beralamat di Jalan. Diponegoro No 543 Jatisawit Bumiayu dengan kontak adalah (0289) 432998. BPRS Bina Amanah Satria memiliki akta pendirian yakni Nomor 19 Notaris Bambang Sudrajat yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Azazi Manusia dengan Nomor.C-07940/HT.01.01 tahun 2005. Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria adalah cerminan aspirasi dan keinginan dari profesional (notaris, dokter, pengusaha, pendidik), putra daerah untuk memiliki alternatif perbankan dengan sistem syariah yang diwarnai oleh prinsip-prinsip transparansi, keadilan, seimbang dan beretika dalam transaksi, sebagai bagian dari dakwah ma'alah, untuk terus mengembangkan ekonomi masyarakat kecil-mikro di wilayah Brebes, khususnya Bumiayu.

Menyadari kebutuhan akan layanan transaksi perbankan secara syariah oleh masyarakat muslim di wilayah Bumiayu semakin berkembang sementara jumlah bank syariah yang ada pada waktu itu (tahun 2005) hanya ada 1 (satu) bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto, ditengah-tengah ramai dan luasnya layanan transaksi perbankan konvensional, baik bank umum konvensional Bank Perkreditan Rakyat. Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria ini diharapkan dapat semakin memperluas dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara syariah bagi masyarakat yang tidak terakses oleh bank umum syariah, khususnya kalangan masyarakat pengusaha kecil-mikro (UMKM), sebagaimana dikehendaki oleh Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan dan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan

Syariah serta Peraturan Bank Indonesia yang khusus dan spesifik mengatur tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

B. Struktur Organisasi BPRS Bina Amanah Satria

Jajaran struktur organisasi dari BPRS Bina Amanah Satria terdiri dari Komisaris Utama yakni Yuris Sarifudin bersama Komisaris satu yakni Dr. H. Widodo Hardjosoewito dan dewan Pengawas Syariah diketuai oleh Drs. Atabik Yusuf Zuhdi dan para anggota yakni Drs. Chariri Shofa, M. Ag, dan Prof. Dr. M. Daelamy SP. Selain itu, jajaran Pemegang Saham antara lain; Achmad, H. Aendah Susanto, dr. Haidar Alatas, SpPd 4. dr. H. Widodo Hardjosoewito, Drs. Bahrodin. M.M, Yuris Sarifudin, ST, dan PT Uempe Insan Mulia.

C. Sejarah Pendirian BPRS Bina Amanah Satria

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria / Bank Syariah BAS adalah BPR yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria merupakan cerminan aspirasi dan keinginan dari para profesional. Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria bertujuan tidak semata-mata berorientasi bisnis untuk mencari keuntungan financial di sektor perbankan melainkan terutama menjalankan dakwah ekonomi (ma'alah) syariah yang berpihak kepada rakyat kecil agar kemampuan usaha dan ekonominya dapat tumbuh dan berkembang berdasarkan prinsip syariah Islam. TAZKIA sebagai lembaga konsultan di Jakarta yang memberikan konsultasi sekaligus memfasilitasi pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria. Konsultasi yang diberikan meliputi penyelenggaraan Pelatihan Dasar Perbankan Syariah bagi para calon pesaham, pelatihan teknis bagi calon pengelola, penyusunan draf Standar Prosedur Operasi, serta pengadaan hardware dan software.

Badan hukum yang dipilih dalam pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria adalah Perseroan Terbatas (PT), dibuat dihadapan Notaris Bambang Sudrajat, SH, dengan Akta nomor 19 Tanggal 23

Desember 2003 yang diubah dengan Akta nomor 29 Tanggal 21 Pebruari 2005, kemudian diubah lagi dengan Akta nomor 14 tanggal 14 Maret 2005. Proses pengurusan legalitas hukum mulai ijin prinsip, pengesahan badan hukum dari Departemen Kehakiman dan Hak Azazi Manusia dan ijin operasi dari Gubernur Bank Indonesia membutuhkan waktu cukup lama dan cukup melelahkan, sekitar 13 bulan. Legalitas Pengesahan Akta Perseroan dari Departemen Kehakiman dan Hak Azazi Manusia dengan Nomor: C-07940/HT.01.01. diperoleh tanggal 24 Maret 2005. Ijin Prinsip dari Bank Indonesia No. 7/27/DPbS, diperoleh pada tanggal 10 Januari 2005, sedangkan Ijin Operasi dengan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.7/37/KEP.GBI/2005 tanggal 01 Juli 2005, yang salinannya diperoleh pada tanggal 12 Juli 2005.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria ini awalnya berkantor pusat di Jl. Pramuka 219 Purwokerto, diresmikan beroperasi pada tanggal 23 Juli 2005 dan secara efektif beroperasi pada bulan Agustus 2005. Terhitung sejak 07 Juli 2014, kantor pusat Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria telah telah berpindah di Jl. Pramuka 124 Purwokerto. Saat ini Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria telah memiliki 1 Kantor Kas di Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes, 1 Kantor Cabang di Kebumen dan 1 Payment Point di Klinik UMP Purwokerto. Pengelolaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria tetap istiqomah memenuhi harapan para pendirinya. Dikelola pengurus dan manajemen yang profesional, memiliki integritas, jujur dan mampu bekerja secara ihsan, sehingga tumbuh dan berkembang menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang unggul dan memberi maslahat kepada masyarakat secara luas.

D. Visi, Misi, dan Tujuan BPRS Bina Amanah Satria

BPRS Bina Amanah Satria memiliki visi menjadi lembaga keuangan mikro syariah terpercaya yang sangat dibutuhkan masyarakat sebagai mitra berinvestasi dan berusaha secara syariah. Oleh karena itu, BPRS Bina Amanah Satria memiliki misi pertama untuk menyelenggarakan operasional perbankan

berdasar prinsip syariah sesuai dengan standar perbankan yang sehat. Kedua, menjalankan transaksi perbankan yang sehat, cepat, aman dan berkeadilan, dalam penghimpunan dana dan dalam penyaluran memfokuskan dana kepada pengusaha mikro dan kecil. Ketiga, mengembangkan fungsi perusahaan dalam kewajiban social melalui pendayagunaan pemanfaatan dan pengalokasian dana-dana zakat, infaq, shadaqah serta dana-dana sosial lainnya. Keempat, mengembangkan dakwah maaliah dengan mensosialisasi keunggulan layanan perbankan syariah, bersinergi dengan lembaga ekonomi syariah lain. Dengan ikon perusahaan yang amanah dan menenteramkan, serta budaya perusahaan yang melayani secara Ihsan (integritas, kejujuran, profesional, optimal) dan menghargai prestasi kerja, maka BPRS Bina Amanah Satria memiliki motto manajemen yang adil, halal, sehat, aman, dan nyaman.

E. Produk BPRS Bina Amanah Satria

1. Tabungan

Tabungan adalah produk penghimpunan dana Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria, berakad titipan dan bagi hasil (mudharabah mutlaqah), yaitu simpanan pihak ketiga pada Bank, yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan cara tertentu yang disepakati. Bank diberi wewenang untuk mengelola uang dari nasabah tersebut, bila bank mendapat keuntungan maka nasabah dapat diberikan bonus dan/atau bagi hasil dan langsung dibukukan menambah saldo rekening tabungan penabung tiap bulan. Bonus dialokasikan dari pendapatan bagian bank dan besarnya tidak diperjanjikan didepan waktu nasabah membuka tabungan, sedangkan bagi hasil dialokasikan dari pendapatan (revenue) bank berdasar nisbah yang telah disepakati pada saat membuka tabungan. Ragam Produk Tabungan berdasarkan tujuan dan akad, meliputi:

a) Tabungan Umum / Tabungan iB BAS (Tabungan Satria).

Adalah tabungan umum yang berakad titipan (wadhiah yadh-dhomanah), yang diperuntukkan bagi masyarakat umum, dengan

setoran awal untuk perorangan minimal Rp.25.000, dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp.5.000 sedangkan untuk kelompok atau usaha, setoran awal minimal Rp.100.000 dan setoran selanjutnya min Rp.25.000, Terhadap penabung diberikan bonus setiap bulan dan dibukukan langsung.

b) Tabungan Khusus

Tabungan yang peruntukannya secara khusus sesuai dengan kebutuhan dari Nasabah. Tabungan khusus berakad Mudharabah Mutlaqah dengan jangka waktu tertentu, sehingga penarikannya hanya dilakukan berdasar jangka waktu yang disepakati. Ragam produk tabungan meliputi:

1) iB Pendidikan

Tabungan iB pendidikan sebagai tabungan khusus diperuntukkan bagi pelajar, santri, mahasiswa dan orang tua untuk mempersiapkan biaya pendidikan. Setoran awal tabungan minimal Rp.25.000 sedangkan setoran selanjutnya baik waktu dan jumlah fleksibel. Jangka waktu sekurangnya selama 6 (enam) bulan, disepakati waktu membuka tabungan. Bagi hasil tabungan dibayarkan pada setiap bulan yang otomatis akan menambah saldo rekening tabungan.

2) Tabungan iB. Haji dan Umrah

Tabungan ini untuk melayani umat Islam yang ingin berhaji/umrah dengan cara menabung berdasar waktu yang direncanakan. Setoran awal tabungan haji dan umrah minimal Rp.500.000 dan selanjutnya minimal Rp.100.000. Tabungan haji dapat diambil ketika nasabah akan membayar setoran untuk memperoleh porsi (SPPH) melalui Bank Umum Syariah penerima Setoran. Sedangkan untuk tabungan umrah pada saat sudah dipastikan waktu pembayaran biaya oleh Biro Perjalanan Haji/Umrah yang akan memberangkatkan berdasarkan kesepakatan pada waktu membuka tabungan.

3) Tabungan iB Qurban

Tabungan iB Qurban melayani masyarakat yang merencanakan berqurban dengan cara menabung untuk pembelian hewan ternak sesuai harga yang direncanakan. Setoran awal minimal Rp.50.000 dan setoran selanjutnya diserahkan pada penabung dengan minimal setoran Rp.5.000. Bagi hasil tabungan dibayarkan setiap bulan yang otomatis menambah saldo tabungan. Waktu pengambilan tabungan selambatnya pada 30 hari sebelum Hari Raya Idul Adha.

4) Tabungan THR iB

Tabungan ini adalah tabungan yang secara khusus dengan jangka tertentu untuk persiapan THR. Setoran awal minimal Rp.25.000 dan setoran lanjutnya minimal Rp 5.000. Bagi hasil tabungan diberikan setiap bulan yang secara otomatis akan menambah saldo rekening tabungan. Tabungan dapat diambil kurangnya 30 hari sebelum Hari Raya Idul Fitri bagi umat Islam atau menjelang Hari Raya.

5) Tabungan iB Basirah

Basirah yakni singkatan Bina Amanah Satria Investasi terencana syariahtabungan untuk investasi sebagai jaminan masa depan multiguna. Tabungan ini hanya boleh diambil setelah mengendap sekurangnya selama 3 (tiga) tahun. Bagi hasil tabungan diberisetiap bulan dan otomatis menambah saldo Tabungan Bashirohi. Jumlah setoran tabungan awal minimal yakni Rp 100.000 kemudian setoran selanjutnya sebesar Rp 100.000 per bulan.

6) TabunganKu ib

Tabunganku iB adalah tabungan perorangan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan ringan menumbuhkan budaya menabung serta meningkat kesejahteraan masyarakat. Setoran awal minimal Rp20.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp 5.000.

2. Deposito

Produk deposito Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria adalah Deposito Satria iB, adalah jenis simpanan berjangka pihak ketiga perorangan dan atau lembaga (shahibul maal) pada bank (mudharib), yang dapat ditarik kembali oleh shahibul maal setelah jangka waktu tertentu sesuai perjanjian yang disepakati dengan Bank (mudharib), yaitu (1,3,6,12) bulan. Akad penerimaan deposito adalah mudharabah mutlaqah, dimana Bank (mudharib) menerima dana dari Nasabah (shahibul maal) untuk diikutkan sebagai penyertaan sementara pada usaha Bank yang aman, halal dan menghasilkan keuntungan yang optimal. Pada deposito iB Satria antara pihak Bank (mudharib) dan deposan (Shahibul Maal) menyepakati terlebih dahulu proporsi (nisbah) bagi hasilnya. Dan perolehan nominal riil bagi hasilnya dibagikan setiap bulan oleh bank. Deposan (shahibul maal) dapat menentukan jangka waktu investasinya secara *Automatic Role Over*.

F. Hasil Penyebaran Kuesioner

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah BPRS Bina Amanah Satria. Total item pernyataan dalam kuesioner sebanyak 34 item pernyataan, yang terdiri dari 17 item pernyataan mengenai kualitas pelayanan, 6 item pernyataan mengenai kualitas produk, 5 item pernyataan mengenai promosi, dan 6 item pernyataan mengenai kepuasan nasabah. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 97 kepada responden yang merupakan nasabah BPRS Bina Amanah Satria. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dan peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara menitipkan kuesioner pada salah satu pihak perbankan. Pengisian kuesioner dilakukan selama 10 hari, mulai dari tanggal 10 November hingga 20 November 2019 di BPRS Bina Amanah Satria.

Peneliti telah merangkum hasil penyebaran kuesioner dalam tabel 4.1 yang menunjukkan jumlah kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan total kuesioner yang didistribusikan sebanyak 97

kuesioner dan dari jumlah ini total kuesioner kembali sebanyak 97 kuesioner. Kuesioner yang tidak kembali sebanyak 0 kuesioner, total kuesioner yang tidak dapat diolah sebanyak 0. Berdasarkan hal tersebut, maka total kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis lebih lanjut adalah sebanyak 97 kuesioner.

Tabel 4.1.

Hasil Penyebaran Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Kuesioner tidak kembali	0	0
2	Kuesioner yang kembali	97	100
3	Kuesioner tidak dapat diolah	0	0
Jumlah Kuesioner		97	100

Sumber: Olahan Data Penelitian Desember 2019.

G. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah di BPRS Bina Amanah Satria sebanyak 97 orang nasabah yang peneliti temui pada saat penelitian berlangsung. Terdapat empat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Untuk memperjelas deskripsi responden yang dimaksud, maka disajikan tabel terkait karakteristik responden seperti berikut ini:

1. Jenis Kelamin

Banyaknya responden penelitian adalah nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	
	(Orang)	(%)
Laki-laki	43	44,4
Perempuan	54	55,6
Jumlah	97	100

Sumber: Olahan Data Penelitian Desember 2019.

Berdasarkan deskripsi jenis kelamin pada Tabel 4.2 terlihat bahwa sebagian besar responden yakni nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu adalah perempuan sejumlah 54 orang atau 55,6 %, sementara nasabah laki-laki yakni 43 orang atau 44,4 %.

2. Usia

Banyaknya responden penelitian adalah nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu menurut usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3.
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah	
	(Orang)	(%)
< 25 tahun	15	15,5
25-45 tahun	46	47,4
>45 tahun	36	37,1
Jumlah	97	100

Sumber: Olahan Data Penelitian Desember 2019.

Dari Tabel 4.3. dapat dilihat bahwa jumlah responden yakni nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu berdasarkan usia yang paling dominan adalah nasabah dengan usia antara 25-45 tahun sebanyak 46 orang atau 47,4%, sementara sisanya adalah para nasabah yang berusia lebih dari 45 tahun sejumlah 36 orang atau 37,1% dan nasabah berusia kurang dari 25 tahun sejumlah 15 orang atau 15,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu paling banyak adalah usia 25-45 tahun, yang mana pada usia tersebut termasuk usia dewasa dan produktif menurut definisi Kementerian Kesehatan Tahun 2017. Pada umumnya, nasabah yang telah memasuki usia produktif, secara fisik dan mental lebih dewasa, matang, dan mapan dalam melakukan berbagai macam transaksi produk di suatu perbankan syariah.

3. Pendidikan Terakhir

Akumulasi dari banyaknya responden penelitian yakni nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu tahun 2019 berdasarkan

tingkat pendidikan respondennya terbagi dalam 5 kategori / golongan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4.
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenis Kelamin	Jumlah	
	(Orang)	(%)
SD	13	13,4
SLTP	20	20,6
SLTA	52	53,6
Perguruan Tinggi	12	12,4
Jumlah	97	100

Sumber: Olahan Data Penelitian Desember 2019

Berdasarkan Tabel 4.4. dapat terlihat bahwa mayoritas responden yakni nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu merupakan lulusan SLTA dengan jumlah 52 orang atau 53,6 %, sementara sisanya adalah nasabah lulusan SLTP dengan jumlah 20 orang atau 20,6 persen, lulusan Perguruan Tinggi dengan jumlah 12 orang atau 12,4 persen, dan lulusan SD dengan jumlah 13 orang atau 13,4 %. Artinya, data tersebut menunjukkan bahwa secara garis besar para nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu telah menempuh Wajib Belajar 9 tahun yang mana merupakan salah satu indikator minimal dari kualitas sumber daya manusia (SDM) di suatu wilayah, khususnya di Bumiayu.

4. Jenis Pekerjaan

Banyaknya responden penelitian adalah nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu menurut jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5.
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Kelamin	Jumlah	
	(Orang)	(%)
Wiraswasta	58	59,8
Karyawan Swasta	17	17,5
PNS	12	12,4
Pelajar dan Mahasiswa	6	6,2
Ibu Rumah Tangga	4	4,1
Jumlah	97	100

Sumber: Olahan Data Penelitian Desember 2019

Dari gambaran persentase jenis pekerjaan responden pada Tabel 4.5. di atas menunjukkan bahwa wiraswasta menempati urutan pertama sebagai nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebanyak 58 orang / sebesar 59,8%. Sementara sisanya secara berurutan adalah karyawan swasta sebanyak 17 orang (17,5%), pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 12 orang (12,4%) pelajar dan mahasiswa sebanyak 6 orang (6,2%), serta ibu rumah tangga sebanyak 4 orang (4,1%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu tahun 2019 didominasi oleh wiraswasta.

H. Pengembangan Instrument

1. Uji Validitas

Sebelum melakukan pengujian statistik, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk pengujian validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*. Untuk uji validitas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 orang sehingga nilai r tabel dengan $\alpha = 0,05$ adalah 0,205. Jadi jika koefisien kurang dari 0,205 maka item-item kuesioner dinyatakan tidak valid. Analisis validitas kuesioner meliputi kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), promosi produk (X_3), dan kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria:

a. Kepuasan Nasabah (Y)

Pengujian validitas pada variabel kepuasan nasabah (Y) adalah apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid dan Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.6.

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)

Item	r hitung	r tabel ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
01	0,574	0,205	Valid
02	0,723	0,205	Valid
03	0,672	0,205	Valid
04	0,648	0,205	Valid

05	0,642	0,205	Valid
06	0,550	0,205	Valid

Berdasarkan Tabel 4.6. dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel kepuasan nasabah (Y) lebih besar dari pada nilai r_{tabel} ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, maka seluruh item pertanyaan variabel tersebut dinyatakan handal atau valid.

b. Kualitas Pelayanan (X_1)

Pengujian validitas pada variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.7.

Hasil Uji Validitas **Kuesioner** Kualitas Pelayanan (X_1)

Item	r_{hitung}	r_{tabel} ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
01	0,609	0,205	Valid
02	0,767	0,205	Valid
03	0,591	0,205	Valid
04	0,346	0,205	Valid
05	0,612	0,205	Valid
06	0,372	0,205	Valid
07	0,574	0,205	Valid
08	0,489	0,205	Valid
09	0,320	0,205	Valid
10	0,421	0,205	Valid
11	0,512	0,205	Valid
12	0,420	0,205	Valid
13	0,581	0,205	Valid
14	0,472	0,205	Valid
15	0,388	0,205	Valid
16	0,767	0,205	Valid
17	0,591	0,205	Valid

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019

Berdasarkan Tabel 4.7. dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan (X_1) lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, maka seluruh item pertanyaan variabel tersebut dinyatakan handal atau valid.

c. Kualitas Produk (X_2)

Pengujian validitas pada variabel kualitas produk (X_2) adalah apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid dan Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.8.

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk (X_2)

Item	r hitung	r tabel ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
01	0,745	0,205	Valid
02	0,531	0,205	Valid
03	0,660	0,205	Valid
04	0,621	0,205	Valid
05	0,622	0,205	Valid
06	0,745	0,205	Valid

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Berdasarkan Tabel 4.8. dapat diketahui bahwa nilai r hitung korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel kualitas produk (X_2) lebih besar daripada nilai r tabel ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, maka seluruh item pertanyaan variabel tersebut dinyatakan handal atau valid.

d. Promosi Produk (X_3)

Pengujian validitas pada variabel promosi produk (X_3) yakni apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid dan Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.9.

Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi Produk (X_3)

Item	r hitung	r tabel ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
01	0,663	0,205	Valid
02	0,537	0,205	Valid
03	0,514	0,205	Valid
04	0,573	0,205	Valid
05	0,759	0,205	Valid

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Berdasarkan Tabel 4.9. dapat diketahui bahwa nilai r hitung korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel promosi produk

(X_3) lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, maka seluruh item pertanyaan variabel tersebut dinyatakan handal atau valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas selanjutnya melakukan pengujian reliabilitas. Untuk pengujian reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Syarat umum dinyatakan reliabel adalah jika nilai koefisien alpha lebih besar dari nilai r_{tabel} . Untuk uji reliabilitas sampel ini berjumlah 97 responden yakni nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu, sehingga nilai r_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ adalah 0,205. Analisis reliabilitas kuesioner meliputi kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), promosi produk (X_3), dan kepuasan nasabah (Y). Jadi apabila koefisien variabel kurang dari 0,195 maka dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel Penelitian	Cronbarch Alpha	r table	Item Pertanyaan	Keterangan
Kepuasan nasabah (Y)	0,754	0,205	6 item	Reliabel
Kualitas pelayanan (X_1)	0,743	0,205	17 item	Reliabel
Kualitas produk (X_2)	0,762	0,205	6 item	Reliabel
Promosi produk (X_3)	0,739	0,205	5 item	Reliabel

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa nilai *alpha cronbach* untuk semua variabel antara lain kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), promosi produk (X_3), dan kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria. Nilai ini lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,195 sehingga semua pertanyaan untuk masing-masing variabel penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

I. Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan peneliti untuk menemukan pelanggaran atau penyimpangan dari asumsi metode regresi linier. Pengujian asumsi klasik yang akan diuji antara lain normalitas, linieritas, multikolinearitas, dan tidak adanya heterokedastisitas. Berdasarkan hasil olah data melalui program SPSS 21.0, berikut adalah uraiannya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan terikat berdistribusi mendekati normal sekali. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Uji normalitas distribusi data penelitian ini menggunakan *kolmogorov-smimov* dimana penghitungan dilakukan dengan *SPSS*. Data akan dikatakan berdistribusi normal jika $p\text{-value} > 0,05$. Pengujian normalitas data dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smimov Test*, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11.
 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smimov Test*

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60128143
	Absolute	,070
Most Extreme Differences	Positive	,035
	Negative	-,070
Kolmogorov-Smirnov Z		,589
Asymp. Sig. (2-tailed)		,568

a. Test distribution is Normal.

Analisis data hasil Output:

1) Di dalam uji normalitas data, digunakan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

2) Kriteria penerimaan H_0 :

H_0 diterima jika nilai *sig* (*2-tailed*) > 5% atau 0,05

Dari tabel diperoleh nilai signifikansi = 0,568 = 56,8 % > 5%, maka H_0 diterima, ini berarti variabel *unstandardized residual* berdistribusi normal. Dengan demikian, variabel diopersionalkan adalah kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), promosi produk (X_3), dan kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Menurut Ghazali (2016, 103) untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, jika variabel independen berkorelasi, maka variabel ini tidak orgonal. Variabel orgonal yakni variabel independen yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol. Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya multikolonearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 10% dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi. Berikut perhitungan uji multikolonieritas menggunakan program SPSS 21:

Tabel 4.12.
 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6,468	2,575		2,511	,014		
1 X1	,101	,090	,269	1,115	,268	,189	6,512
X2	,282	,183	,268	1,543	,127	,282	5,212
X3	,139	,219	,101	,636	,527	,343	4,637

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel di atas terlihat bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 yakni kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,189, kualitas produk (X_2), sebesar, 0,282, dan promosi produk (X_3) sebesar 0,343. Selain itu, tiap-tiap variabel memiliki nilai VIF < 10, seperti kualitas pelayanan (X_1) sebesar 6,512, kualitas produk (X_2), sebesar, 5,212, dan promosi produk (X_3) sebesar 4,637. Dengan demikian, disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi ini, sehingga dikatakan reliabel. Selain itu, nilai koefisien regresi parsial dikatakan handal terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel lainnya di dalam model regresi berganda.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah di dalam model regresi ada ketidaksamaan variance residu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas menunjukkan sebaran variabel independen. Penyebaran acak menunjukkan model regresi tinggi. Hal ini karena untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Dengan kata lain, tidak terjadi heteroskedastisitas. Menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *Glejser*. Uji *glejser* yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai $\text{sig} \geq 0,05$, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Berikut hasil pengolahan:

Tabel 4.13.
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,421	2,881		3,211	,321
1 X1	,123	,055	,635	1,940	,378
X2	,260	,111	,478	2,143	,225
X3	,257	,133	,364	2,039	,258

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019

Tabel 4.14.
Kesimpulan Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas pelayanan (X_1)	0,378	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas produk (X_2)	0,225	Tidak terjadi heterokedastisitas
Promosi produk (X_3)	0,258	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Hasil tampilan uji heteroskedastisitas Tabel 4.13. menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai $\text{sig} \geq 0,05$ seperti seperti kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,378, kualitas produk (X_2), sebesar, 0,255, dan promosi produk (X_3) sebesar 0,258. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa tidak terdapat variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen *abs_res*. Hal tersebut terlihat dari nilai sig pada tiap variabel independen seluruhnya di atas 0,05. Jadi disimpulkan bahwa variabel dalam regresi seperti variable

kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) tidak mengandung adanya masalah-masalah heterokedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, variabel yang akan dianalisis dengan menggunakan regresi berganda yaitu variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear diantara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_n) dengan variabel dependen (Y). Dari hasil regresi tersebut nanti akan terlihat apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif. Berdasarkan analisis dengan program *SPSS 21*, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4.15. sebagai berikut:

Tabel 4.15.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		T	Sig
	B	Std. Error		
<i>(Constant)</i>	6,468	2,575	3,221	,029
Kualitas pelayanan (X_1)	,101	,090	2,185	,029
Kualitas produk (X_2)	,282	,183	1,942	,017
Promosi (X_3)	,139	,219	1,636	,033

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada tabel 4.14. di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,468 + 0,101 X_1 + 0,282 X_2 + 0,139 X_3$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. *Konstanta*

Apabila variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) dianggap memiliki nilai yang sama dengan nol, maka variabel kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu tetap ada sebesar **6,368**.

2. Kualitas Pelayanan (X_1)

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,101 dan menunjukkan arah positif. Artinya, jika kualitas pelayanan (X_1), mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel kualitas produk (X_2) dan promosi produk (X_3) tetap, maka akan menyebabkan kenaikan pada variabel kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebesar **0,101**.

3. Kualitas Produk (X_2)

Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) adalah sebesar 0,282 dan menunjukkan arah positif. Artinya, jika kualitas produk (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan promosi produk (X_3) tetap, maka akan menyebabkan kenaikan pada variabel kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebesar **0,282**.

4. Promosi Produk (X_3)

Koefisien regresi variabel promosi produk (X_3) adalah sebesar 0,139 dan menunjukkan arah positif. Artinya, apabila promosi produk (X_3) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) tetap, maka akan menyebabkan kenaikan pada variabel kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebesar **0,139**.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah

Satria Kantor Kas Bumiayu secara keseluruhan terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 ^a	,582	,321	2,826

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019.

Pada Tabel 4.16 terlihat bahwa. nilai *R square* atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,582 atau 58,2%. Hal ini disimpulkan bahwa variabel independen yang telah dioperasionalkan yakni kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu sebesar 58,2%. Sementara itu sisanya dipengaruhi oleh kontribusi variabel-variabel lain yang tidak dioperasionalkan dalam penelitian sebesar 41,8% misalnya kinerja pegawai (Hanifurridwan), dan kualitas jasa (Ulul Azmi).

b. Uji Parsial (t)

Uji t (parsial) dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial dan signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika tingkat signifikansi di bawah 5% (0,05) maka secara parsial variabel antara lain kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu yang dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil uji statistik variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh nilai signifikansi sebesar $= 0,029$. Dengan demikian $0,029 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah (Y) di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan (X_1) dimiliki, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria begitu sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan (X_1) dimiliki, maka akan berdampak pula pada rendahnya kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu, sehingga hipotesis pertama yang berbunyi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, diterima.

Pada variabel kualitas produk (X_2) nilai signifikansi adalah sebesar $= 0,017$. Dengan demikian $0,017 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Artinya semakin tinggi kualitas produk diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Sebaliknya, apabila kualitas produk semakin rendah, maka berdampak pula kepada rendahnya kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kedua yang berbunyi kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, diterima.

Pada variabel promosi produk (X_3), nilai signifikansi sebesar $= 0,033$. Dengan demikian $0,033 > 0,05$ yang berarti variabel promosi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Bumiayu. Artinya semakin baik promosi produk diterapkan, maka meningkatkan kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kas Bumiayu. Sebaliknya, apabila promosi produk semakin rendah, maka berdampak kepada rendahnya kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga yang

berbunyi promosi produk secara parsial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, diterima.

c. Uji Simultan (F)

Pengujian simultan adalah uji terhadap koefisien regresi secara bersama-sama. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependennya atau mengetahui apakah persamaan model cukup untuk digunakan (Gujarati, 2003). Pengujian terhadap pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yakni menggunakan uji simultan F. Caranya adalah dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung (F Ratio) yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance*. Untuk melakukan uji F dapat dilihat pada tabel Anova berikut:

Tabel 4.17.
Hasil Uji Simultan (F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289,556	3	87,519	15,109	,001 ^b
	Residual	602,233	94	7,291		
	Total	891,789	97			

Sumber: Olahan Data Penelitian 2019

1. Hipotesis

$H_0 : \beta = 0$ (Variabel dependen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen).

$H_0 : \beta \neq 0$ (Variabel dependen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen).

2. Pengambilan keputusan:

Ho diterima jika F hitung \leq F tabel atau sig \geq 5%.

H1 diterima jika Fhitung $>$ Ftabel dan sig $<$ 5%.

Berdasarkan Tabel 4.17. telah diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 13,783. Langkah berikutnya yakni menentukan F tabel

dengan cara yakni membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Rumus untuk melakukan pencarian F tabel yakni:

$k ; n-k$

Keterangan:

k : jumlah variabel independen (bebas).

n : jumlah responden atau sampel penelitian.

Dengan demikian, data di atas menunjukkan $k = 3$ (kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3)) dan $n = 97$. Selanjutnya, nilai ini dimasukkan ke dalam rumus, maka didapat angka $(3 ; 97-3) = (3 ; 94)$. Angka ini kemudian menjadi acuan F tabel dengan nilai 2,70. Maka diketahui bahwa nilai F tabel sebesar 2,70. Karena F hitung adalah sebesar 15,109 dan lebih besar dari nilai F tabel 2,70, maka ditarik kesimpulan variabel independen yang antara lain kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

Selain menggunakan perbandingan nilai F tabel dan nilai F hitung, pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan output SPSS pada Tabel 4.17, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,01. Karena nilai signifikansi $0,01 < 0,05$, sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji F, maka dapat disimpulkan bahwa variabel seperti kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Melihat penjabaran ini, maka pengambilan keputusan dalam uji F baik dengan membandingkan nilai uji F hitung dan nilai F tabel, atau berpedoman pada nilai signifikansi diperoleh hasil yang konsisten, sehingga hipotesis keempat yang berbunyi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, diterima.

J. Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menjelaskan paparan hasil penelitian yang dikorelasikan dengan beberapa penelitian yang pernah dilakukan serta teori yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu, berikut uraiannya:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan diperoleh hasil t hitung sebesar 2,185 dengan taraf signifikansi sebesar 0,029. Penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah (Y) PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan (X_1) dimiliki oleh perbankan syariah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria. Begitu sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan (X_1) dimiliki, maka akan berdampak pula pada rendahnya kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Hal ini dikarenakan berdasarkan fakta di lapangan menunjukkan bahwa BPRS Bina Amanah Satria menggunakan sistem jemput bola nasabah yang mana hal ini menjadi kelebihan dari BPRS Bina Amanah Satria sebagai lembaga perbankan.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Indah (2016) berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu. Tulungagung”. Hasil penelitian Indah menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan yakni *assurance*, *compliance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan perannya sangat penting kepada keberlangsungan suatu lembaga perbankan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Hasibuan (2006) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan bagian penting yang menentukan kepuasan karena kepuasan konsumen ini mempengaruhi

perusahaan untuk bekerja maksimal dalam hubungan tugas guna mencapai tujuan. Kualitas pelayanan adalah jaminan yang diberikan oleh lembaga perbankan untuk berkomitmen pada pelayanan dan bekerja mencapai kepuasan konsumen yang maksimal. Contoh kualitas pelayanan terdapat dalam Al Quran Surat Al Baqarah:267 yang memberikan pendekatan dalam memperlakukan manusia dalam hal ini adalah pelanggan dengan sebaik-baiknya. Pelanggan sebagai manusia harus diperlakukan dengan lemah lembut. Hal ini karena dalam suatu usaha yang didirikan dengan baik yakni dengan memperlakukan manusia secara terpuji.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk diperoleh hasil t hitung sebesar 1,942 dengan taraf signifikansi sebesar 0,017. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Artinya semakin tinggi kualitas produk diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Sebaliknya, apabila kualitas produk yang ada semakin rendah, maka berdampak pula kepada rendahnya kepuasan nasabah. Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, menunjukkan bahwa kualitas produk di BPRS Bina Amanah Satria sudah baik. Ini terlihat dari variasi produk yang ada dan tersedia di lembaga perbankan ini, sehingga membuat pelanggan merasa tertarik untuk bertansaksi dengan produk yang disediakan.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Azmi (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Jasa dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta." Hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena kualitas produk yang baik dapat menyebabkan para nasabah merasa percaya diri atas setiap keputusan pembelian yang dibuat dalam transaksi perbankan. Hasil

penelitian ini juga sesuai dengan teori yang diungkapkan Darmadi (2004) bahwa bagi nasabah yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik apabila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan.

3. Pengaruh Promosi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Hasil penelitian menunjukkan promosi produk diperoleh hasil t hitung sebesar 1,636 dengan taraf signifikansi sebesar 0,033. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel promosi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria Kantor Bumiayu. Artinya semakin baik promosi produk diterapkan oleh lembaga perbankan, maka meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kas Bumiayu. Sebaliknya, apabila promosi produk yang dilakukan semakin rendah, maka berdampak kepada rendahnya kepuasan nasabah. Sepanjang temuan dari peneliti di lapangan menunjukkan bahwa promosi produk yang dilakukan oleh BPRS Bina Amanah Satria terlaksana dengan baik, meskipun dari sisi pemerataan informasi masih belum mencapai cakupan wilayah seluruh Bumiayu. Akan tetapi, hal ini tetap memberi satu kepuasan bagi nasabah atas aktivitas promosi yang menarik oleh BPRS Bina Amanah Satria.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Yuliana (2016) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Surakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dilaksanakan perusahaan termasuk perusahaan perbankan dalam memasarkan produk/jasa. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Umar (2000) bahwa promosi dirancang semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam media, hal ini bertujuan

agar perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen. Tujuan promosi secara sederhana antara lain memberi informasi pelanggan tentang produk baru, mengingatkan nasabah mengenai merek perusahaan, dan mempengaruhi nasabah untuk membeli. Promosi adalah metode yang terkendali dan terpadu pada komunikasi perusahaan atas produk yang dapat memuaskan konsumen, mendorong penjualan dan memberikan kontribusi pada kinerja keuntungan perusahaan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa F hitung adalah sebesar 15,109 dan lebih besar dari nilai F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen antara lain kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Artinya semakin baik kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi diterapkan oleh lembaga perbankan, maka akan meningkatkan kepuasan para nasabah BPRS Bina Amanah Satria Kas Bumiayu. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi yang dilakukan semakin rendah, maka berdampak kepada rendahnya kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai dengan Al Quran Surat Al Baqarah:267 dan Ali Imran: 159 yang esensinya menjelaskan bahwa suatu usaha yang dilakukan oleh individu haruslah dilakukan dengan baik dan lemah lembut, dengan begitu individu dalam hal ini adalah organisasi BPRS Bina Amanah Satria akan didekatkan dengan sekeliling-nya yang dalam konteks ini yakni tingginya kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi produk (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan baik secara bersama-sama (simultan) maupun sendiri-sendiri (parsial) terhadap kepuasan nasabah (Y) di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dengan perincian sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria, hal tersebut dapat dilihat dari hasil t hitung variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 2,185 dan taraf signifikan 0,029. Sehingga variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah (Y) PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
2. Variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria, hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung variabel kualitas produk (X_2) sebesar 1,942 dan taraf signifikansi 0,017. Sehingga kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah (Y) PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
3. Variabel promosi produk (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) BPRS Bina Amanah Satria, hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung variabel promosi produk (X_3) sebesar 1,636 dan taraf signifikan 0,033. Sehingga variabel promosi produk (X_3) berpengaruh pada kepuasan nasabah (Y) PT. BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

B. Saran

1. Bagi BPRS Bina Amanah Satria, untuk selanjutnya diharapkan dapat terus meningkatkan beberapa hal yang berdampak bagi kepuasan nasabahnya, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi yang selama ini masih bisa ditingkatkan dengan cara melakukan kunjungan lebih sering

dan intens kepada para nasabah. Serta mempromosikan semua produk keseluruhan wilayah Bumiayu.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam yang tidak hanya terbatas pada variabel yang telah diteliti, melainkan adanya penambahan atau perluasan terhadap variabel lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abyan Perdana Putra. 2016. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja, dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi). Jurnal Perbankan Syariah. Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ali, Zainuddin. 2008. Hukum Ekonomi Syariah, Sinar Grafika, Jakarta.
- Barry, Cushway. 2002. Human Resource Management. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Fadhila, Novi. 2015. Analisis pembiayaan mudharabah dan murabahah terhadap laba bank syariah mandiri. Jurnal Riset Akuntansi . Vol XV No.1.
- Faisal, Sanafiah. 2009. Format-Format Penelitian.Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Gani, I. 2015. Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hani Handoko, 1995. Manajemen, BPFE, Yogyakarta.
- Hanifurridwan. 2016. Pengaruh Kinerja Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga. Skripsi Dipublikasikan. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga
- Hendiyat Soetopo, 1984. Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan, Vina Aksara, Jakarta.
- Indriantoro, N. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis, BPFE, Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 1 dan 2 Pemasaran. PT Indeks : Jakarta.
- LAN RI. 1992. Info Pan Nomor 3 Tahun 1.LAN RI. Jakarta.
- Mariaty Ibrahim. 2016. Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT.Bank Riaukepri Cabang Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.3 No.2.
- Muhammad. 2005. Manajemen Bank Syariah.UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. Bank Syariah Dari Teori ke Praktik. Gema Insani, Jakarta.

- Parasuraman 2004, *Service Quality*, MSI Relevant Knowledge Series, Cambridge, Massachusetts: Marketing Science Institute.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Rochim Sidik. 2014. *Pengaruh Leadership Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Manajer Bank Syariah di Surabaya*. Perbankan Syariah. Univeristas Yos Sudarso Surabaya, Indonesia
- Shulhan Muwahid. 2013. *Model Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Kinerja Guru*. Teras, Yogyakarta
- Siagian. 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Rineka Cipta, Jakarta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Aplikasi SPSS*, Andi, Yogyakarta
- Suprpto. 2011. *Dasar manajemen*, (Bandung: Pengembangan bahan Ajar UMB)
- Supriatna, Tjahya. 1996. *Aspek Sikap Mental dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Nimas Multima. Jakarta.
- Tampubolon, Manahan. 2004. *Perilaku Keroganisasian*. Ghalia. Jakarta.
- Tangkilisan, Hesel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Gramedia : Jakarta.
- Thoha, Miftah, 2010. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management*. Andi : Yogyakarta.
- Wahjosumidjo. 2005. *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, PT Raja Garfindo Persada, Jakarta.
- Wanardi, 2002. *Sejarah Perkembangan Pemikiran Dalam Bidang Manajemen*, Mundur Maju, Bandung.
- Widiyah Wiwi. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon*. Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Fakultas Syariah