

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu  
Purbalingga)**



**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:

**SOLIKHA NURTRIANI**

**NIM. 1617202038**

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

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : **Solikha Nurtrianti**  
NIM : **1617202038**  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga).**

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

Purwokerto, 28 September 2020

Saya yang menyatakan



Solikha Nurtrianti

NIM. 1617202038

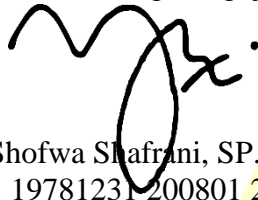
## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(STUDI KASUS PADA BANK BRI SYARIAH  
KANTOR CABANG PEMBANTU PURBALINGGA)**

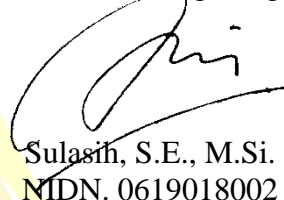
Yang disusun oleh Saudari **Solikha Nurtrianti NIM 1617202038** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **13 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.  
NIP. 19781231200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji



Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji



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

Purwokerto, 27 Oktober 2020

Mengajar/Mengesahkan  
Dekan



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

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di,

Purwokerto.

*Assalamu'alikum wr. wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Solikha Nurtrianti NIM. 1617202038 yang berjudul :

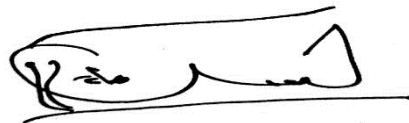
**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga**

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 Syari'ah (S.E.)

*Wassalamu'alikum wr.wb*

Purwokerto, 28 September 2020

Pembimbing



H. Slamet Akhmadi, S.Ag., M.S.I

NIDN. 2111027901

## **MOTTO**

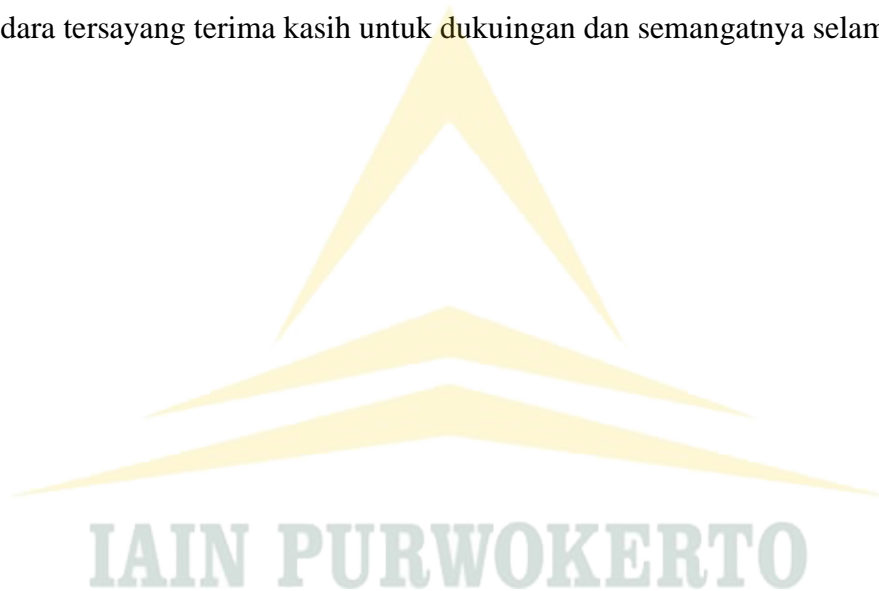
*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya” (Q.S Al Baqarah : 286)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji syukur, Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan karunia-Nya skripsi ini mampu terselesaikan.

Skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sucipto dan Ibu Setiawati yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta doa dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tak dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini dapat menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia serta bangga. Untuk saudara tersayang terima kasih untuk dukungannya dan semangatnya selama ini.



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	te
ث	śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	żal	Ż	za (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za'	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbaik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qof	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	W
ه	ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Dituis Rangkap

عِدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

### C. Ta'marbutah

Semua ta'marbutah 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 sholat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.



حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

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

كرامة الاولياء	Ditulis	karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan h.

زكاة لغير	Ditulis	zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

#### D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

#### E. Vokal panjang

1.	fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

## F. Vokal rangkap

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

## G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

## H. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

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

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY , PRICE, AND SERVICE  
QUALITY, TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION IN BRI SYARIAH  
KANTOR CABANG PEMBANTU PURBALINGGA**

*Solikha Nurtrianti*

*NIM. 1522202018*

*E-mail: [nurtriantisolikha66@gmail.com](mailto:nurtriantisolikha66@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 BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga..*

*Consumer satisfaction is a top priority in this research because of the increasingly tight competition among the company with another company. One way to create consumer satisfaction is to improve pricing strategies, product quality, price, and service quality. If the company set the appropriate price, quality of service and good product quality, then the consumers will feel satisfied. With the emergence of a sense of satisfaction then the consumer will come back and recommend the company to others.*

*This type of research is a quantitative method with data collection techniques through interviews, questionnaires, and dokumentation . The samples in this study were 98 people registered as customers in BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga year 2017-2019. Data analysis techniques used were using validity and reliability tests, classic assumption tests, and multiple linear regression analysis.*

*Based on the result of the research processed using the IBM SPSS Statistic 20, it can be seen that the variable product quality have a partial and simultaneous and significant effect on customer satisfaction, shile the price variable has a partial and simultaneous effect on customer satisfaction. In the R Square test, it explains that the variables of product quality have an influence on the customer satisfaction variable by 20,5%. While the remaining 79,5% is influenced by other variables not included in this research model.*

***Keyword : Product Quality, Price, Service Quality***

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH  
KANTOR CABANG PEMBANTU PURBALINGGA**

Oleh : Solikha Nurtrianti

NIM. 1617202038

E-mail: [nurtriantisolikha66@gmail.com](mailto:nurtriantisolikha66@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 produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

Kepuasan nasabah menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Apabila perusahaan menetapkan harga yang sesuai, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik, maka nasabah akan merasa puas. Dengan timbulnya rasa puas, maka nasabah akan datang kembali dan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yakni melalui wawancara, kuesioner, dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini yakni 98 orang yang terdaftar sebagai nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga Tahun 2017-2019. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistics 20 dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel harga berpengaruh secara parsial dan simultan dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada uji R Square, menjelaskan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 20,5%. Sedangkan sisanya sebesar 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan.**

## 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. H. Slamet Akhmadi, S.Ag.,M.S.I, 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 Bapak Sucipto dan Ibu Setiawati, terimakasih banyak atas doanya, motivasi, perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini sehingga penulis dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih baik sampai sekarang. Kepada saudara perempuan Novi Nurvindah beserta suami dan Yeni Nurlestari beserta suami yang selalu memberikan yang terbaik dan

memberikan semangat yang tak henti dan seluruh keluarga besar, terima kasih atas sayang dan doa yang sungguh berharga bagi penulis.

9. Seluruh keluarga besar Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsucu Purwokerto, terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
10. Teman-teman seperjuangan satu kelas Perbankan Syariah A selama 4 tahun menimba ilmu bersama di IAIN Purwoketo. Dan para sahabat-sahabatku yang selalu mendoakan dan berjuang bersama.
11. Kepada seluruh responden Bank BRI Syariah KCP Purbalingga, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner. Dan kepada segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dengan kalian semua.

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.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Kualitas Produk.....	8
1. Pengertian Kualitas Produk.....	8
2. Indikator Kualitas Produk.....	9
B. Harga .....	10
1. Pengertian Harga .....	10
2. Indikator Harga .....	10
C. Kualitas Pelayanan .....	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2. Nilai-Nilai Islami Dalam Pelayanan.....	12

3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
4. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik .....	14
D. Kepuasan Nasabah .....	15
1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	15
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	16
3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	17
4. Indikator Kepuasan Nasabah .....	18
E. Penelitian Terdahulu .....	18
F. Kerangka Pemikiran .....	20
G. Hipotesis Penelitian .....	21
H. Landasan Teologis .....	22
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Lokasi Penelitian Dan Waktu .....	23
1. Tempat Penelitian .....	23
2. Waktu Penelitian .....	23
C. Sumber Data .....	23
1. Data Primer .....	23
2. Data Sekunder .....	24
D. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	24
E. Variabel Dan Indikator Penelitian .....	25
F. Pengumpulan Data Penelitian .....	27
G. Skala Pengukuran .....	27
H. Uji Kualitas Data .....	28
1. Uji Validitas Data .....	28
2. Uji Reliabilitas Data .....	28
I. Teknik Analisis Data .....	28
1. Uji Asumsi Klasik .....	28
a. Uji Normalitas .....	28
b. Uji Multikolonieritas .....	29
c. Uji Heteroskedastisitas .....	29



<b>J. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>29</b>
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
2. Uji Parsial.....	30
3. Uji Signifikan Simultan (Uji f) .....	30
4. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	30
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.....	31
1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.....	31
2. Visi, Misi Dan Motto Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.....	33
3. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.....	34
4. Fungsi Dan Tugas Bagian Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga	34
B. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	37
C. Deskripsi Responden.....	38
D. Distribusi Tanggapan Responden .....	41
E. Hasil Uji Kualitas Data.....	44
1. Uji Validitas Data.....	45
a. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	45
b. Hasil Uji Validitas Harga .....	45
c. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	46
d. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	46
2. Uji Reliabilitas .....	47
a. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	47
b. Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	47
c. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	48
d. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah .....	48
F. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Normalitas .....	48
2. Uji Multikolonieritas .....	50
3. Uji Heteroskedastisitas .....	51
G. Hasil Uji Hipotesis	
1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	53

2. Uji t (Parsial).....	54
3. Uji f (Simultan) .....	55
4. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	56
H. Pembahasan .....	56
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>FOTO DOKUMENTASI</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 2 Variabel Dan Indikator Penelitian.....	26
Tabel 3 Skala Likert.....	28
Tabel 4 Hasil Penyebaran Kuesioner .....	38
Tabel 5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 6 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 7 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 8 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	41
Tabel 9 Variabel Kualitas Produk .....	42
Tabel 10 Variabel Harga .....	42
Tabel 11 Variabel Kualitas Pelayanan .....	43
Tabel 12 Variabel Kepuasan Nasabah .....	44
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	45
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Harga .....	45
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	46
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	46
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	47
Tabel 18 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	48
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah.....	48
Tabel 21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smimov.....	50
Tabel 22 Hasil Uji Multikolonieritas .....	51
Tabel 23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 25 Hasil Uji t .....	54
Tabel 26 Hasil Uji f .....	56
Tabel 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	56

## DAFTAR GAMBAR

A. Gambar 1 Uji Normalitas Histogram .....	49
B. Gambar 2 Uji Normalitas P-Plot.....	49
C. Gambar 3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Daftar Responden
Lampiran 3	Daftar Jawaban Responden
Lampiran 4	Surat Keterangan Lulus Ujian Seminar Proposal
Lampiran 5	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran 6	Scan Sertifikat BTA PPI
Lampiran 7	Scan Sertifikat KKN
Lampiran 8	Scan Sertifikat PPL
Lampiran 9	Scan Sertifikat Aplikom



IAIN PURWOKERTO

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan semakin berkembangnya kehidupan dunia, terutama dalam bidang ekonomi yang dimana tidak dapat di pisahkan dengan keuangan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun sarana membantu dalam usaha baik usaha kecil maupun menengah ke atas.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa- jasa keuangan lainnya. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah menjadi Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Hasibun, 2007). Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga positif di mata masyarakatnya. Citra ini dibangun melalui kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan dari nasabahnya tidak akan efektif.

Kunci utama memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada nasabah melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. 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).

Nasabah merupakan nafas kehidupan bagi bank agar mampu menjalankan setiap kegiatannya. Setiap bank dituntut untuk memberikan

pelayanan yang baik dan berkualitas. Dengan berbagai layanan menarik di berbagai bank, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka adalah terbaik. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut (Kasmir, 2013).

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan nasabah adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Apriyani, 2017). Kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari nasabah. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman nasabah saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Terdapat 5 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga serta biaya dan kemudahan.

1. Kualitas produk, nasabah akan merasa puas jika produk yang digunakannya adalah berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang didapatkan itu baik dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan.
3. Faktor emosional, nasabah akan merasa yakin bahwa oranglain akan kagum apabila ia menggunakan produk dengan merek tertentu.
4. Biaya dan kemudahan, nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan kemudahan dalam pelayanan perbankan (Janah, 2018)

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan objek penelitian terhadap bank perbankan syariah yakni pada Bank BRI Syariah KCP Purbalingga yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 214 A Purbalingga. Keberadaan Bank BRI Syariah KCP Purbalingga ini bertujuan supaya dapat memperluas

dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara Syariah bagi masyarakat Purbalingga yang tidak terakses oleh Bank Umum Syariah, khususnya bagi kalangan masyarakat pengusaha kecil mikro (UMKM).

Pendirian Bank BRI Syariah KCP Purbalingga bertujuan tidak semata berorientasi bisnis untuk mencari keuntungan di sector perbankan, melainkan terutama menjalankan dakwah di bidang ekonomi secara syariah yang berpihak pada rakyat agar kemampuan usaha dan ekonominya dapat berkembang berdasarkan prinsip syariah islam. Sistem operasional yang diterapkan Bank BRI Syariah KCP Purbalingga mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian sesuai Al-Qur'an dan Al-Hadits serta mengacu pada UU No. 21 Tahun 2008 dan Fatwa MUI tentang Perbankan Syariah, yang dimana merupakan salah satu lembaga keuangan yang masuk dalam bentuk berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan survey data, diketahui terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga yakni kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. yang ada di BRI Syariah KCP Purbalingga. Di dukung oleh teori dari Tjiptono (2006) bahwa pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang dominan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam suatu perusahaan yakni kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Oleh karenanya perusahaan akan berupaya dalam memaksimalkan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah Kualitas Produk. Produk dapat memiliki peran penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sector perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing.. keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatnya nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan. Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga dalam hal kualitas produk memiliki kualitas yang baik yang dimana hasil wawancara dengan Bapak Andriyanto selaku marketing di BRI Syariah KCP



Purbalingga untuk nasabah selama tiga tahun terakhir mengalami kenaikan yang cukup tinggi yang dimana dengan total seluruh produk untuk tahun 2017 terdapat nasabah sebanyak 13.792, untuk tahun 2018 sebanyak 15.403 nasabah dan untuk tahun 2019 sebanyak 16.828 nasabah. Produk yang ada di bank tersebut yaitu Deposito, Giro dan Tabungan. Dari beberapa produk tersebut yang paling diminati oleh masyarakat adalah Produk Tabungan. Dengan bertambahnya nasabah di setiap tahunnya berarti kualitas yang ditekankan oleh bank tersebut sangat baik sehingga para nasabah sangat puas dengan pelayanan yang diberikan dan harapan nasabah terpenuhi (Andriyanto,2020)

Faktor yang kedua mempengaruhi kepuasan nasabah adalah Harga. Harga juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Konsumen mengharapkan harga produk di bank tersebut lebih rendah dari pada harga produk di bank lain sehingga konsumen mencari tahu perbandingan harga produk dari masing-masing bank. Pada BRI Syariah KCP Purbalingga telah menetapkan harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

Selain produk dan harga, pelayanan sangat penting dilakukan pada sektor perbankan syariah. Pelayanan merupakan perilaku bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Pada BRI Syariah KCP Purbalingga dalam hal pelayanan khususnya dibagian Customer Service hanya terdapat satu karyawan. Dengan keterbatasan itu tidak mengurasi kualitas pelayanan kepada para nasabah bahkan pelayanannya bertambah cepat, tepat dan cermat. Sehingga nasabah yang akan meminta informasi ataupun pembukaan rekening tidak terlalu lama menunggu antrian, sedangkan untuk dibagian Tellerpun sangat cekatan dalam melayani nasabah tanpa mengurangi kualitas standar pelayanan sedikitpun.

Di samping persaingan yang ketat saat ini, bank harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi dan harga yang terjangkau pada seluruh produk atau jasa. Produk atau jasa yang ditawarkan pada hakikatnya

ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama BRI Syariah KCP Purbalingga agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Purbalingga. Selain menerapkan pelayanan yang baik, BRI Syariah KCP Purbalingga selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran. Dari uraian di atas, peneliti ingin meneliti tentang tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang dimiliki BRI Syariah KCP Purbalingga. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga”**.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu perbankan syariah khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di institute perbankan.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Penulis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi peneliti tentang informasi keseluruhan mengenai Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.

##### **b. Bagi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, ide, dan sumber informasi bagi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih memuaskan nasabah dan untuk mempertahankan tingkat pelayanan bagi perusahaan tersebut.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa di masa yang akan datang dan sebagi bahan untuk menambah khazanah di bidang pelayanan.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan acuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kualitas Produk**

##### **1. Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan nasabah dengan memuaskan sesuai uang yang telah dikeluarkan. Mutu suatu barang atau jasa yang dibeli nasabah berhubungan dengan kepuasan nasabah menggunakan barang atau jasa tersebut. Bila nasabah merasa puas berarti mutunya baik. Tetapi jika nasabah tidak merasa puas berarti mutunya jelek (Prawirosentono, 2004).

Menurut Kotler dan Amstrong (2014), kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. The American Society for Quality mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

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. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Kualitas produk yang dapat diterima merupakan elemen utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Selain itu kualitas produk menjadi yang utama bagi para perusahaan dalam mempromosikan

produk, hal ini dikarenakan kualitas produk yang baik akan menentukan keputusan pembeli (Rizal Zukarnain, 2020).

## 2. Indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa indikator kualitas produk antara lain Kinerja (*Performance*), Fitur (*feature*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Realibility*), *Serviceability*, Desain (*Design*), dan Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

- a. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
- b. Fitur (*feature*) merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah terhadap produk.
- c. Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
- d. Keandalan (*Realibility*) yaitu produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu dan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal paka.
- e. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

- f. Desain (*Design*) Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.
- g. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk (Budiharja, 2016).

## **B. Harga**

### **1. Pengertian Harga**

Harga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan nasabah, karena menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka nasabah akan merasa puas. Penetapan harga yang sesuai dengan permintaan pasar, cenderung meningkatkan kepuasan nasabah. Sebaliknya jika penetapan harga tidak sesuai, maka akan mengakibatkan nasabah cenderung tidak puas atau pindah ke bank lain (Lupiyoadi, 2009).

Kotler dan Keller (2007: 77) mendefinisikan harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan (2008: 298) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Kodu, 2013).

### **2. Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Amstron (2008:278), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

#### **a. Keterjangkauan Harga**

Nasabah bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan harga tersebut maka para nasabah akan banyak yang membeli produk.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Nasabah sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Mereka beranggapan bahwa harga yang lebih tinggi cenderung memiliki kualitas yang lebih baik.

c. Daya saing harga

Nasabah sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh nasabah pada saat akan membeli produk tersebut.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika nasabah merasakan manfaat dari produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka nasabah akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan nasabah akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang (Budiharja, 2016).

## C. Kualitas Pelayanan

### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, kualitas adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk atau jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan di upayakan dalam penyampaian produk atau jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Sunyoto (2012), pelayanan berpusat pada upaya



pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen (Zukarnain, 2020).

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 (Supriatna, 1996).

## 2. Nilai- Nilai Islami Dalam Pelayanan

Didin Hafiduddin dan Hermawan Kertajaya bahwa nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah:

### a. Profesional (fathanah)

Menurut Didin Hafiduddin, professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme ini digambarkan didalam al-quran surat al-israa ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَأْنِهِ فَمَنْ بَدَّلَهُ فَمَا لَهُ مِنْ حِسَابٍ

Katakanlah: tiap-tiap orang berbuat menurut keadaanya masing-masing maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.(depag 2010:437). Pada ayat diatas, dikemukakan bahwa setiap orang berbuat sesuai dengan kemampuan dan berada pada jalan

yang sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain.

b. Jujur

Jujur menurut Hermawan Kertajaya, kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena yang diberikan, serta bentuk dan substansi.

c. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Allah berfirman dalam surat an-nisa ayat 58:

إِنَّ لِلَّهِ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”(depag 2010:128).

Ayat diatas dengan tegas memerintahkan kepada setiap manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang berhak menerimanya. Amanah dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal.

d. Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah)

Islam mengajarkan untuk menebarkan kebaikan dan kebermanfaatn dalam hidup semua insannya, itu merupakan satu syarat kemampuan individu untuk mampu melayani orang banyak.

### 3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) terdapat beberapa indikator-indikator dari kualitas pelayanan antara lain *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

- a. *Tangibles* (bukti langsung) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
  - b. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
  - c. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
  - d. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelanggan.
  - e. *Emphaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginan nasabah (Lupiyoadi, 2008).
4. **Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik**

Dalam praktiknya pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa factor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan dalam melayani pelanggan atau nasabah menurut Kasmir (2012) yaitu :

- a. Tersedianya karyawan yang baik
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada nasabah
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah (Rizal Zukarnain, 2020).

## **D. Kepuasan Nasabah**

### **1. Pengertian 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 Kotler (1996), menjelaskan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Tjiptono, Strategi Pemasaran, 2002). Sedangkan menurut Fathul Aminudin Aziz dalam bukunya “Manajemen Dalam Perspektif Islam” dikatakan bahwasannya kepuasan adalah suatu keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan ataupun kesedihan. Rasa

puas timbul karena adanya pelayanan yang sesuai dengan harapan para nasabah (Aziz, 2012).

Kepuasan tersebut terletak dalam hubungan antara harapan nasabah dan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja jauh dibawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka nasabah akan puas, apabila kinerja melampaui harapan maka nasabah akan sangat puas, senang, dan bahagia.

## 2. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan pelanggan. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga serta biaya dan kemudahan.

- a. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan.
- c. Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas sama akan menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas. ATM adalah contoh dimana nasabah merasa puas oleh mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan (Janah, 2018).

### 3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan ada 4 metode yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu :

- a. Sistem Keluhan dan Saran

Metode ini memantau kepuasan nasabah dengan cara memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada nasabah untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon bebas pulsa.

- b. Survey Kepuasan Nasabah

Metode ini digunakan untuk mengajukan pertanyaan kepada para nasabah. Melalui survey ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para nasabah.

- c. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai nasabah, kemudian menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani nasabah. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

- d. *Lost Customer Analisis* (Analisa Pelanggan yang Hilang)

Yaitu perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke perusahaan lain,

yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi tentang penyebab terjadinya hal tersebut.

#### 4. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Damayanti dan Wahyono (2015), indikator kepuasan nasabah antara lain dapat dilihat dari :

- a Kepuasan Pelanggan secara Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
- b Dimensi Kepuasan Pelanggan
- c Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)
- d Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
- e Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Rekomend*)
- f Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer dissatisfaction*) (Suharno, 2004).

#### E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan 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 :

IAIN PURWOKERTO  
Tabel 1

Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu

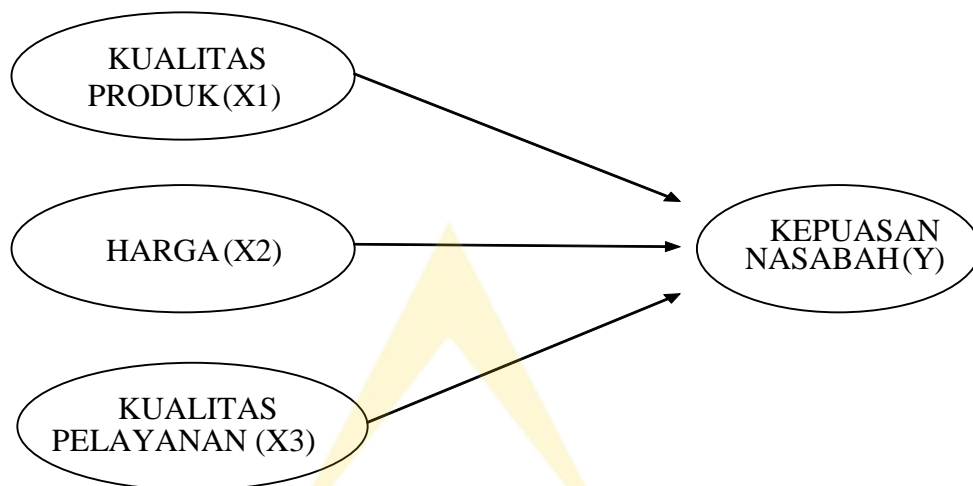
No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ratih Fatmawati dan Jati Handayani, 2015, Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap <i>Customer Retention</i> dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada PT. Bank BRI	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah	Analisis data menggunakan analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)

		Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran.		
2	Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah,2020, Jurnal Manajemen dan Bisnis	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon).	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah.	Analisis data menggunakan analisis PLS (Partial Least Square).
3	Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wismantoro,2017, Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat.	Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Nasabah.	Analisis data menggunakan analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).
4	Rachmad Hidayat,2009, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah	Analisis data menggunakan analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).
5	Burhanudin,2018, Jurnal Sosio e-kons	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusa	Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.	Hasil analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis induktif.



## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan.



Bank Syariah merupakan sistem perbankan dimana dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan system bunga (*riba*), ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*), dan spekulasi (*maisir*). Tujuan dari mendirikannya lembaga keuangan syariah ini adalah sebagai dasar kaum muslimin untuk mendasari segala aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah untuk menciptakan kesejahteraan umat manusia.

Kepuasan nasabah muncul ketika adanya suatu pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tersebut kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik dan penetapan harga yang sesuai maka para konsumen menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah tersebut. Sehingga disitulah mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk yang ada di bak syariah tersebut kepada orang lain.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratih Fatmawati dan Jati Handayani Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol 5, Nomor 1 Juli 2015 yang mengangkat judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wismantoro Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis Vol 2, Nomor 2 Juli 2017 yang mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan nasabah.

Sehingga model kerangka berfikir diatas menjelaskan bahwa variabel X1 (kualitas produk), X2 (harga), dan X3 (kualitas pelayanan) berpengaruh pada variabel Y (kepuasan nasabah).

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah suatu proposisi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut. (Supranto, 2009). Hipotesis juga merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah peneliti yang biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2012). Hipotesis yang digunakan dalam analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_0$  : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga.

$H_1$  : Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI

Syariah KCP Purbalingga.

2.  $H_0$  : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga.

$H_1$  : Harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga

3.  $H_0$  : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga.

$H_1$  : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga.

#### H. Landasan Teologis

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ قَوِيًّا وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya (QS. Ali 'Imran : 159).

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dimana dalam penelitian ini akan mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan studi kasus pada nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga (Sosrodiharjo, 2009)

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dimana menurut Sugiyono adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka dan termasuk ke dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D, 2014).

#### **B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga yang beralamat di Jalan. MT. Haryono, Desa Karangsentul, Padamara, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53372.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan 18 Agustus 2020 sampai 18 September 2020.

#### **C. Sumber Data**

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data lapangan sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam hal ini peneliti turun ke lapangan dengan meminta bantuan dari pihak bank untuk memberikan kuesioner kepada nasabah yang datang ke BRI Syariah KCP Purbalingga yang menjadi sampel penelitian.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh penulis dari subjek penelitiannya. data yang terlebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan orang-orang luar dari peneliti walaupun sesungguhnya itu asli. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data yang berasal dari buku-buku, jurnal, internet, dan dokumen-dokumen lainnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi Penelitian

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga tahun 2017 sampai tahun 2019 yang berjumlah 5.400 orang (Dokumentasi Penelitian, 2017 sampai 2019).

#### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus *Slovin*, dengan perincian sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran yang bisa di tolerir (dalam penelitian ini digunakan 10% atau 0,1).

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

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N.e^2} \\ &= \frac{5.400}{1+5.400. 0,1^2} \end{aligned}$$

$$= \frac{5.400}{55}$$

= 98,1, dibulatkan menjadi 98 nasabah

#### **E. Variabel dan Indikator**

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, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, 2016) :

##### 1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel Independen/variabel bebas yakni variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Independen yaitu : Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).

##### 2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah hal yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena variabel bebas. Dalam hal ini kepuasan nasabah (Y) yang menjadi variabel dependen. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah evaluasi pasca konsumsi terkait perasaan nasabah setelah membandingkan hasil yang dirasa dengan harapannya. (Tjiptono, 2003).

Tabel 2  
Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X1) Budiharja, R. d. Jurnal 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja (<i>Performance</i>)</li> <li>2. Fitur (<i>feature</i>)</li> <li>3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Spesification</i>)</li> <li>4. Ketahanan (<i>Durability</i>)</li> <li>5. Keandalan (<i>Realibility</i>)</li> <li>6. Desain (<i>Design</i>)</li> <li>7. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality.</i>)</li> </ol>	Likert
Harga (X2) Budiharja, R. d. Jurnal 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan Harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X3) Lupiyoadi 2008	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung)</li> <li>2. <i>Reliability</i> (kehandalan)</li> <li>3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</li> <li>4. <i>Assurance</i> (jaminan)</li> <li>5. <i>Emphaty</i> (empati)</li> </ol>	Likert
Kepuasan Nasabah (Y) Suharno 2004	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kepuasan Pelanggan secara Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)</li> <li>3. Dimensi Kepuasan Pelanggan</li> <li>4. Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation of Expectations</i>)</li> <li>5. Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)</li> <li>6. Kesiediaan untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Rekommend</i>)</li> <li>7. Ketidakpuasan Pelanggan (<i>Customer dissatisfaction</i>)</li> </ol>	Likert

## **F. Pengumpulan Data Penelitian**

Pengumpulan data adalah prosedur memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode atau teknik pengumpulan data dengan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, 2016). Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

### **1. Wawancara**

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi dan kuesioner.

### **2. Kuesioner**

Metode kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden dengan maksud agar pelanggan tersebut bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan peneliti.

### **3. Dokumentasi**

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen tersebut dapat berbentuk data, gambar, atau produk yang ditawarkan. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi adalah informasi yang disimpan dan didokumentasikan sebagai bahan dokumentasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dan mempelajari beberapa dokumen yang mendukung tercapainya tujuan penelitian (Semiawan, 2010)

## **G. Skala Pengukuran**

Menurut Sugiyono, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Skala Likert tersebut digunakan untuk menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut :



Tabel 3  
Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
2	Tidak Setuju (TS)	2
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## H. Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument yang digunakan untuk mengukur suatu konsep yang harusnya diukur (Umar, 2003). Untuk menguji suatu validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya pendapat tersebut menurut sugiyono.

### 2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas menunjuk pada suatu instrument untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument dikatakan reliable jika memberikan hasil relative sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap (I Putu Ade Andre, 2018)

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistic.

b Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Menurut Sarjono dan Winda (2013:71) uji multikolinearitas yang sering digunakan adalah dengan melihat VIF (*variance-inflating factor*), karena cara tersebut dirasa paling mudah dan praktis. Jika  $VIF < 10$ , maka tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.

c Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Cara memprediksi uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model dan melakukan uji *Glejser*.

## J. Hipotesis Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Supriyadi (2014:66) regresi linier berganda adalah hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen. Bentuk umum dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

$\alpha$  = konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

B = Koefisien Regresi

e = variabel eror (Dewi, 2018).

## 2. Uji Parsial

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel devenden. Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka Ha diterima dan H0 ditolak.

## 3. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji signifikan simultan (Uji-F) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Nasution, 2013)

## 4. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Determinasi ( $R^2$ ) adalah uji yang digunakan untuk menguji seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji determinasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS menggunakan kaidah hipotesis yang digunakan. Jika signifikansi  $\geq 0,1$  maka H0 diterima, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $\leq 0,1$  maka H0 ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank BRI Syariah KCP Purbalingga**

##### **1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga**

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/ KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) serta menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses *spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir

selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Rahardjo selaku Direktur Utama.

PT.BRI Syariah (kantor pusat) terletak di Gd. BRI II Lt.5 Jalan Jend. Sudirman Kav.44-46 Jakarta. Sedangkan kantor cabang yang berada di Purwokerto terletak di Jl. Karang Kobar, Bancar Kembar, Purwokerto. PT BRI Syariah Purwokerto juga mempunyai 4 Kantor Cabang Pembantu yaitu Kantor Cabang Ajibarang yang berada di Jl. Raya Pancasan rt 02 rw 01 Banyumas, Kantor Cabang Purbalingga yang berada di Jl. MT.Haryono No. 45 Purbalingga, Kantor Cabang Cilacap yang berada di Jl. Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A No. 07 Cilacap dan Kantor Cabang Kebumen yang berada di Jl. A. Yani No. 37 Kebumen.

Saat ini PT. Bank BRI syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI syariah merintis sinergi dengan Bank Rakyat Indonesia (Persero), dengan memanfaatkan jaringan kerja Bank Rakyat Indonesia (Persero), sebagai Kantor Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus pada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah. BRI Syariah KCP Purbalingga sendiri berdiri tanggal 28 Juni 2012. Walaupun dengan usianya yang masih terbilang baru, BRI Syariah KCP Purbalingga mampu bersaing dengan bank-bank yang ada di sekitarnya.

Tujuan didirikannya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga merupakan wujud kepedulian terhadap perekonomian masyarakat Purbalingga pada umumnya dan masyarakat beragama islam pada khususnya. Untuk mencapai harapan tersebut usaha yang dilakukan diantaranya dengan memberikan jasa penyimpanan dan jasa pembiayaan, kedua usaha tersebut terealisasikan pada berbagai produk simpanan dan

pembiayaan yang ditawarkan ke masyarakat. Produk-produk yang ditawarkan yakni tabungan wadi'ah, tabungan impian tabungan mudharabah, deposito berjangka, pembiayaan murabahah, gadai emas, dan produk-produk menarik lainnya.

## 2. Visi, Misi dan Motto Bank BRI Syariah KCP Purbalingga

### a. Visi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan nasabah yang lebih bermakna.

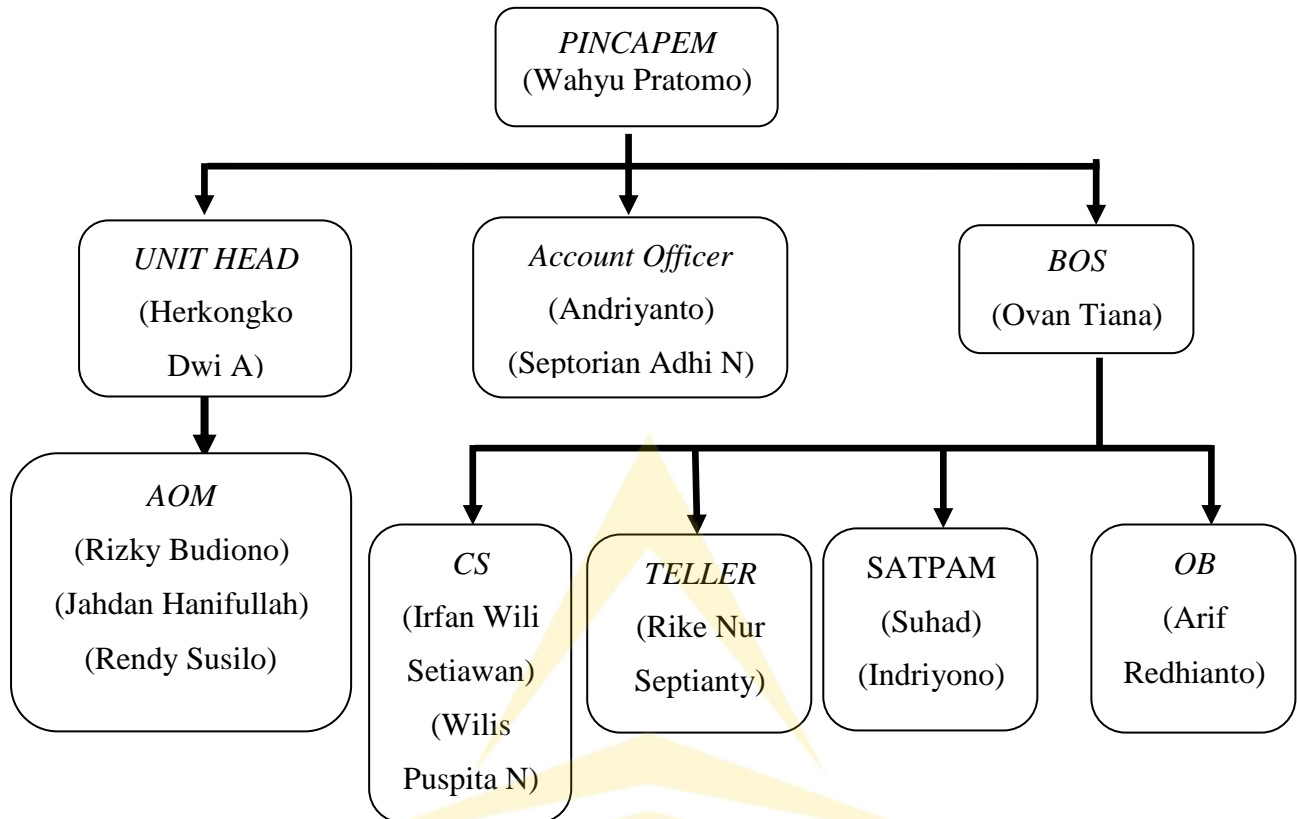
### b. Misi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga

- 1) Memahami tiap keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan layanan melalui sarana kapanpun dan dimanapun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

### c. Motto Bank BRI Syariah KCP Purbalingga

Motto BRI Syariah KCP Purbalingga adalah "Bersama Wujudkan Harapan Bersama" (Dokumen BRI Syariah KCP Purbalingga).

### 3. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Purbalingga



### 4. Fungsi dan Tugas Bagian di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga

#### a. Pimpinan Cabang Pembantu (PINCAPEM)

PINCAPEM bertugas untuk merencanakan, mengkoordinir seluruh kegiatan kantor cabang pembantu yang meliputi kegiatan pemasaran dan operasional untuk menjamin tercapainya target yang ditetapkan secara efektif dan efisien untuk bank.

#### b. Branch Officer Supervisor (BOS)

BOS bertugas untuk mengkoordinir pelaksanaan operasional bank untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan cara memberikan service dan layanan yang terbaik sehingga transaksi dari nasabah di kantor cabang pembantu dapat diselesaikan dengan baik.

c. *Unit Head* (Kepala Unit)

*Unit Head* (Kepala Unit) memiliki tugas antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan pelayanan dan peminjaman kepada nasabah peminjam dana bank.
- 2) Melakukan penyusunan rencana pembiayaan.
- 3) Menerima berkas pengajuan pembiayaan nasabah.
- 4) Melakukan administrasi pembiayaan.
- 5) Melakukan pembinaan kepada nasabah pembiayaan agar tidak terlibat pembiayaan bermasalah.
- 6) Membuat laporan perkembangan pembiayaan.
- 7) Membuat akad pembiayaan.

d. *Account Officer* (AO)

Tugas *Account Officer* (AO) antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Mencari dan menghubungi nasabah potensial.
- 2) Memberikan informasi yang meliputi pendistribusian brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.
- 3) Memasarkan produk dana & jasa konsumen dan institusi/kerjasama lembaga.
- 4) Membuat Rencana Kunjungan Mingguan, yang menuju kepada tercapainya target pemasaran mingguan, bulanan, dan tahunan guna monitoring hasil kerja yang bersangkutan dalam mencapai target yang telah ditetapkan.
- 5) Melakukan penagihan, pengawasan, dan pembinaan terhadap nasabah yang telah mendapatkan fasilitas pembiayaan dari bank.
- 6) Memeriksa kelengkapan dan meminta nasabah melengkapi persyaratan pembiayaan.

e. *Account Officer Micro* (AOM)

Tugas dari *Account Officer Micro* (AOM) adalah sebagai berikut :



- 1) Menawarkan dari menjual produk bank kepada calon nasabah dengan sebaik-baiknya.
- 2) Melakukan kegiatan pemasaran produk bank untuk Dana Pihak Ketiga (DPK)
- 3) Memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya dan *cross selling* kepada nasabah untuk dapat mencapai tingkat kepuasan terhadap pelayanan nasabah.
- 4) Menjaga hubungan baik dengan nasabah agar dana simpanannya tidak keluar.
- 5) Mengelola rekening pembiayaan, termasuk perubahan data rekening dan jaminan.

f. *Customer Service (CS)*

*Customer Service (CS)* memiliki berbagai tugas antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan layanan kepada nasabah dengan memberikan informasi produk dengan sebaik-baiknya.
- b. Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan dan penutupan rekening giro/tabungan/ deposito.
- c. Menerima berkas pengajuan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur.
- d. Memberikan pelayanan nasabah terhadap informasi perbankan lainnya terutama dalam melakukan penanganan permasalahan transaksi nasabah.

g. *Teller*

Tugas dari *Teller* sebagai berikut :

- a. Menerima setoran dari nasabah baik berbentuk tunai maupun non tunai, kemudian menginput dalam system komputer bank.
- b. Bertanggung jawab atas kesesuaian jumlah kas yang ada di system dengan kas yang ada di terminalnya.

h. *Satpam*

*Satpam* memiliki tugas yaitu sebagai berikut :

- a. Membantu memberikan kartu nomer antrian.
- b. Mengarahkan/ menjelaskan tempat yang dituju nasabah.
- c. Membantu karyawan bank dalam melayani nasabah pada saat jam kerja atau jam layanan nasabah.
- d. Mengatur ketertiban dan kelancaran antrian (membantu mengatur antrian bila mesin antrian rusak, memohon maaf dan memberi brosur produk dan bacaan lain yang berhubungan dengan program BRI Syariah bila terdapat nasabah yang terlihat gelisah dan menunggu lama).
- e. Mengawasi *banking hall* dalam hal keamanan.
- f. Memastikan kebersihan *writing desk* dan ketersediaan, kerapian brosur, aplikasi dan alat tulis berkoordinasi dengan *Customer Service Head*.
- i. *Office Boy* (OB)
  - Tugas *Office Boy* (OB) adalah sebagai berikut :
  - a. Memastikan kebersihan area luar dan dalam kantorserta merapikan meja, kursi, komputer dan perlengkapan lainnya.
  - b. Melayani kebutuhan karyawan.
  - c. Merawat tanaman.
  - d. Membuang sampah yang ada di ruang kerja dan areal tanggung jawabnya ( Dokumen PT. BRI Syariah)

## **B. Hasil Penyebaran Kuesioner**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga. Total item pernyataan dalam kuesioner sebanyak 20 item pernyataan, 7 item pernyataan mengenai kualitas produk, 5 item pernyataan mengenai harga, 4 item pernyataan mengenai kualitas pelayanan, dan 4 item pernyataan mengenai kepuasan nasabah. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 98 kepada responden yang merupakan nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dan peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara mendatangi nasabah yang ada pada saat

sedang menunggu antrian dan setelah selesai bertransaksi. Pengisian kuesioner dilakukan selama 16 hari, mulai dari tanggal 31 Agustus 2020 hingga 15 September 2020 di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.

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 98 kuesioner dan dari jumlah ini total kuesioner kembali sebanyak 98 kuesioner. Kuesioner tidak kembali sebanyak 0 kuesioner, total kuesioner yang tidak dapat diolah sebanyak 0 kuesioner. Berdasarkan hal tersebut, maka total kuesioner yang dapat diolah dan analisis lebih lanjut adalah sebanyak 98 kuesioner.

Tabel 4  
Hasil Penyebaran Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Kuesioner tidak kembali	0	0
2	Kuesioner yang kembali	98	98
3	Kuesioner tidak dapat diolah	0	0
<b>Jumlah Kuesioner</b>		<b>98</b>	<b>98</b>

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

### C. Deskripsi Responden

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

Banyak responden penelitian adalah nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5  
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	36	36,7%
Perempuan	62	63,3%
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Berdasarkan deskripsi jenis kelamin pada Tabel 4.3 terlihat bahwa sebagian besar responden yakni nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga adalah perempuan sejumlah 62 orang atau 63,3% sementara nasabah laki-laki yakni 36 orang atau 36,7%.

## 2. Usia

Banyaknya responden penelitian adalah nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga menurut usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6  
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
<25 tahun	17	17,3%
25-45 tahun	46	46,9%
>45 tahun	35	35,7%
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yakni nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga berdasarkan usia yang paling dominan adalah nasabah dengan usia antara 25-45 tahun sebanyak 46 orang atau 46,9%, nasabah berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 17 orang atau 17,3%, nasabah berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 17 orang atau 17,3%, nasabah berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 17 orang atau 17,3%.

orang atau 46,9% dan sementara sisanya adalah para nasabah yang berusia lebih dari 45 tahun sebanyak 35 orang atau 35,7%, Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga 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 Bank BRI Syariah KCP Purbalingga tahun 2016 sampai 2019 berdasarkan tingkat pendidikan respondennya terbagi dalam 5 kategori / golongan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7  
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
SLTP	37	37,7%
SLTA	38	38,8%
Perguruan Tinggi	23	23,5%
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat terlihat bahwa mayoritas responden yakni nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga merupakan lulusan SLTA dengan jumlah 38 orang atau 38,8%, sementara sisanya adalah nasabah lulusan SLTP dengan jumlah 37 orang atau 37,7%, dan lulusan Perguruan Tinggi dengan jumlah 23 orang atau 23,5%. Artinya data tersebut menunjukkan bahwa secara garis besar para nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga telah menempuh Wajib Belajar 9 tahun yang

mana merupakan salah satu indikator minimal dari kualitas sumber daya manusia (SDM) di suatu wilayah, khususnya di Purbalingga.

#### 4. Jenis Pekerjaan

Banyaknya responden penelitian adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga menurut jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8  
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Wiraswasta	22	22,4%
Karyawan Swasta	30	30,6%
PNS	1	1,0%
Pelajar / Mahasiswa	9	9,2%
Ibu Rumah Tangga	36	36,7%
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020*

Dari gambaran presentase jenis pekerjaan responden pada Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa wiraswasta menempati urutan ketiga sebagai nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga sebanyak 22 orang / sebesar 22,4%. Sementara sisanya secara berurutan adalah karyawan swasta sebanyak 30 orang (30,6%), pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 1 orang (1,0%), pelajar dan mahasiswa sebanyak 9 orang (9,2%), serta ibu rumah tangga sebanyak 36 orang (36,7%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga tahun 2020 didominasi oleh ibu rumah tangga.

#### D. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah akan dilihat dari masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil tanggapan responden berdasarkan kuisisioner yang disebar.

## 1. Variabel independen

Tabel 9  
Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Di BRI Syariah KCP Purbalingga memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan rekening tabungan.	87	11	0	0	0	98
2	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga berfungsi sebagai investasi jangka panjang.	9	30	59	0	0	98
3	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga sesuai dengan kebutuhan	69	20	9	0	0	98
4	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga terjamin keamanannya.	68	28	2	0	0	98
5	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga dapat diandalkan oleh nasabah untuk investasi jangka panjang.	13	24	61	0	0	98
6	Nama produk di BRI Syariah KCP Purbalingga mudah diingat.	54	36	8	0	0	98
7	Informasi mengenai Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga dapat diketahui dengan mudah.	46	40	12	0	0	98

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 10  
Variabel Harga

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	N	S	STS	
		5	4	3	2	1	

1	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga memiliki penetapan harga secara terjangkau tiap bulannya.	69	18	11	0	0	98
2	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga memiliki tampilan yang menarik dan sesuai dengan harganya.	30	52	16	0	0	98
3	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga memiliki harga yang relative murah dari pada produk Tabungan yang di bank lain.	46	40	10	2	0	98
4	Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Purabalingga memiliki manfaat sesuai dengan harganya.	11	19	67	1	0	98

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 11  
Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	N	S	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga ramah dalam melayani nasabah.	79	18	1	0	0	98
2	Karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat.	49	43	6	0	0	98
3	Karyawan BRI Syariah KCP ;Purbalingga dapat memberikan solusi yang tepat kepada nasabah.	31	53	14	0	0	98
4	Karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga menjamin kerahasiaan data nasabah.	76	21	1	0	0	98



5	Karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada nasabah.	49	41	8	0	0	98
---	---	----	----	---	---	---	----

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

## 2. Variabel Dependen

Tabel 12  
Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Kesigapan karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan nasabah.	64	24	10	0	0	98
2	Kecepatan karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga dalam melakukan transaksi telah memenuhi harapan nasabah.	32	61	5	0	0	98
3	Pelayanan yang diberikan karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga telah memenuhi harapan nasabah.	35	46	17	0	0	98
4	Secara keseluruhan nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga.	45	33	20	0	0	98

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

## E. Hasil Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai dari setiap butir pernyataan atau  $r$  hitung tersebut positif lebih besar dari  $r$  tabel. Peneliti menggunakan rumus  $df = N-2$  untuk mencari nilai  $r$  tabel. Jumlah

responden dikurangi 2, jadi  $98-2 = 96$  dan didapati nilai 0,1986 sebagai r tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

a. Variabel Independen

Tabel 13  
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,198	0,1986	Valid
X1.2	0,451	0,1986	Valid
X1.3	0,429	0,1986	Valid
X1.4	0,371	0,1986	Valid
X1.5	0,619	0,1986	Valid
X1.6	0,559	0,1986	Valid
X1.7	0,484	0,1986	Valid

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 13 menunjukkan variabel kualitas produk mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kualitas produk dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian

Tabel 14

Hasil Uji Validitas Harga

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,561	0,1986	Valid
X2.2	0,688	0,1986	Valid
X2.3	0,765	0,1986	Valid
X2.4	0,513	0,1986	Valid

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 14 menunjukkan variabel harga mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel harga dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

Tabel 15  
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,428	0,1986	Valid
X3.2	0,678	0,1986	Valid
X3.3	0,709	0,1986	Valid
X3.4	0,385	0,1986	Valid
X3.5	0,621	0,1986	Valid

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 15 menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

Tabel 16  
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,673	0,1986	Valid
Y.2	0,640	0,1986	Valid
Y.3	0,815	0,1986	Valid
Y.4	0,853	0,1986	Valid

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Tabel 13 menunjukkan variabel kepuasan nasabah mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing

pernyataan pada variabel kepuasan nasabah dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik. Instrument dikatakan reliable jika memberikan hasil relative sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap.

Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliable jika nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 17  
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.380	7

Sumber : Data Kuesioner yang diolah, 2020

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 17 menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,380. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliable karena mempunyai lebih dari 0,60.

Tabel 18  
Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.504	4

Sumber : Data Kuesioner yang diolah

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 18 menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,504. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliable karena mempunyai lebih dari 0,60.

Tabel 19  
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.499	5

Sumber : Data Kuesioner yang diolah

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 19 menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,380. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliable karena mempunyai lebih dari 0,60.

Tabel 20  
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	4

Sumber : Data Kuesioner yang diolah

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 20 menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,380. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliable karena mempunyai lebih dari 0,60.

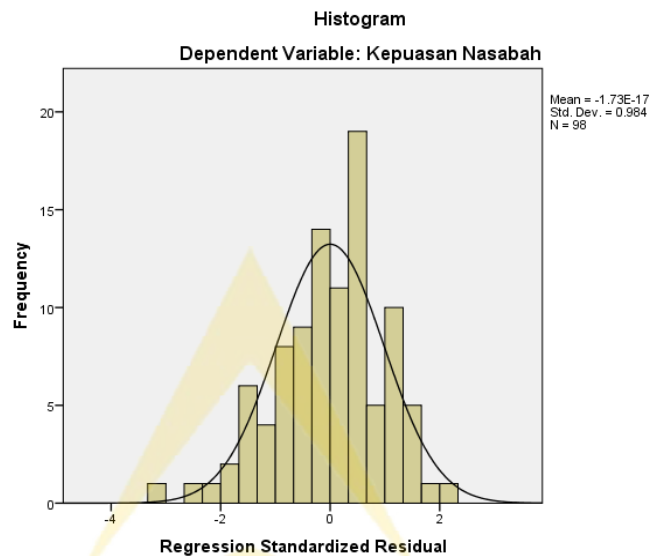
## F. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, data yang berdistribusi normal jika data akan mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika sebagian besar

mendekati nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 20 for windows :

Gambar 1  
Uji Normalitas Histogram

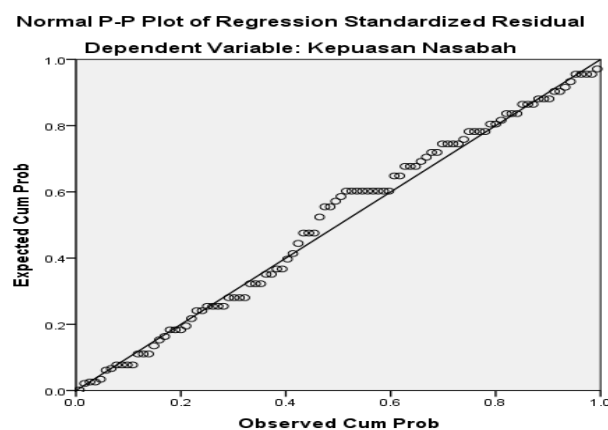


Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan gambar diatas, histogram *Regression Standardized Residual* membentuk kurva lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

Gambar 2

Uji Normalitas P- Plot



*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020*

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa penyebaran data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal atau moel regresi memenuhi uji asumsi normalitas.

Adapun hasil perhitungan normalitas secara statistic yang dilihat berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut :

Tabel 21

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smimov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.82919651
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.044
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.678
Asymp. Sig. (2-tailed)		.747

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020*

Pada tabel diperoleh hasil output uji Kolmogorov-Smirnov nilai sig 0,747 nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,05 yang berarti bahwa nilai tersebut berdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multokolineritas

Uji multokolineritas merupakan keadaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi (Angrrita Deziana, 2014). Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas, nilai yang dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .

Untuk melihat hasil dari uji multikolonieritas, berikut peneliti sajikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 22

## Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1	(Constant)	.606			3.427	
	Kualitas Produk	.261	.107	.247	2.428	.017	.821 1.219
	Harga	.148	.114	.129	1.291	.200	.848 1.180
	Kualitas Pelayanan	.291	.119	.236	2.433	.017	.898 1.114

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Dapat dilihat dari tabel diatas, nilai tolerance pada kualitas produk (X1) sebesar 0,821 lebih besar dari 0,10, harga (X2) sebesar 0,848 lebih besar dari 0,10, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,898 lebih besar dari 0,10. Kemudian hasil tabel dari uji multikolonieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF = 1 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolonieritas dan dapat digunakan sebagai penelitian ini.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

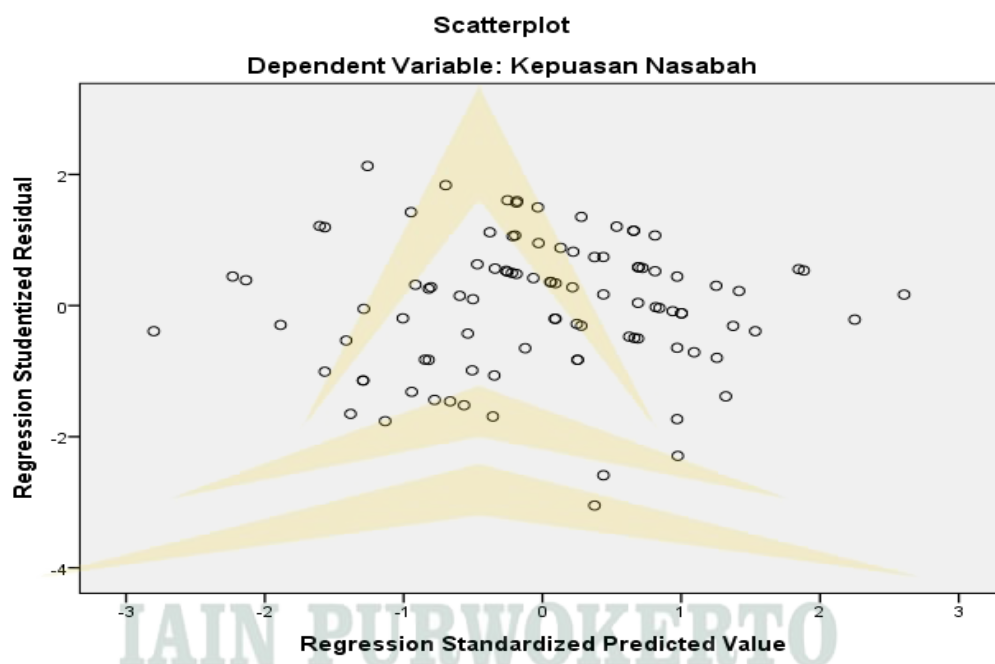
Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah di dalam model regresi ada ketidaksamaan variance residu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas menunjukkan sebaran variabel independen. Jika variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka



disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser. Uji Glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai sig > 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Berikut hasil pengolahan :

Gambar 3

## Hasil Uji Heteroskedastisitas



*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020*

Berdasarkan gambar grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang jelas pada penyebarannya.. hal tersebut berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

## G. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji 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 linier berganda yaitu variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y). Dari hasil regresi tersebut nanti akan terlihat apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negative. Berdasarkan analisis dengan program SPSS 20, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 23

#### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.109	3.589		.031	.976
1 Kualitas Produk (X1)	.313	.102	.296	3.060	.003
Harga (X2)	.448	.457	.100	.980	.330
Kualitas Pelayanan (X3)	.257	.132	.209	1.953	.054

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.15 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,109 + 0,313X_1 + 0,448X_2 + 0,257X_3 + e$$

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi bertanda positif. Dan apabila variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terpenuhi maka kepuasan nasabah pada bank tersebut akan

semakin meningkat, begitu sebaliknya jika bertanda negatif. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa

## 2. Uji t (Parsial)

Hasil uji statistic Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika probabilitas  $t < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ , sedangkan jika probabilitas  $t > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

Tabel 24

### Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	.606	3.427			.177	.860
1 Kualitas Produk	.261	.107	.247		2.428	.017
Harga	.148	.114	.129		1.291	.200
Kualitas Pelayanan	.291	.119	.236		2.433	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

## 4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel kualitas produk tentang kepuasan nasabah diperoleh nilai  $t$  hitung 2,428 dengan nilai sig 0,017. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil dari nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yaitu sebesar 1,984 ( $t \text{ tabel} = t_{\alpha/2} (df) = t_{0,05/2} (n-1) = t_{0,025} (98-1) = t_{0,025} (97) = 1,984$  (<http://dosenpendidikan.co.id> diakses tanggal 14 Oktober pukul 08.04) dan nilai sig lebih kecil dari 0,025. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 5. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel harga tentang kepuasan nasabah diperoleh nilai t hitung 1,291 dengan nilai sig 0,200. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu sebesar 1,984 ( $t \text{ tabel} = t_{\alpha/2} (df) = t_{0,05/2} (n-1) = t_{0,025} (98-1) = t_{0,025} (97) = 1,984$  (<http://dosenpendidikan.co.id> diakses tanggal 14 Oktober pukul 08.04) dan nilai sig lebih besar dari 0,025. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 6. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel kualitas pelayanan tentang kepuasan nasabah diperoleh nilai t hitung 2,433 dengan nilai sig 0,017. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu sebesar 1,984 ( $t \text{ tabel} = t_{\alpha/2} (df) = t_{0,05/2} (n-1) = t_{0,025} (98-1) = t_{0,025} (97) = 1,984$  (<http://dosenpendidikan.co.id> diakses tanggal 14 Oktober pukul 08.04) dan nilai sig lebih besar dari 0,025. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 3. Uji f (simultan)

Menurut Pardede dan Manurung (2014:28), uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas independen terhadap variabel dependen. Pengujian dalam uji f yaitu dengan tabel yang disebut tabel ANOVA (*analysis of variance*). Berikut ini adalah hasil dari uji f.

Tabel 25  
Hasil Uji f

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	83.442	3	27.814	8.056	.000 <sup>b</sup>
Residual	324.558	94	3.453		
Total	408.000	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020*

Berdasarkan tabel 25 nilai f hitung sebesar 8,056 dengan nilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan  $< 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 26

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 <sup>a</sup>	.205	.179	1.858

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020*

Pada Tabel 26 diperoleh bahwa nilai *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,205 atau sama dengan 20,5%. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan adalah 79,5%.

## H. Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menjelaskan paparan hasil penelitian yang dikorelasikan dengan beberapa penelitian yang pernah dilakukan serta teori yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga, berikut uraiannya :

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga

Menurut Handoko (2002:23), kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan semakin berkualitas produk tersebut.

Berdasarkan analisis data di atas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,428 lebih besar dari  $t$  tabel 1,984 dan hasil nilai signifikan (Sig) sebesar 0,017. Karena nilai Sig.  $0,017 < 0,025$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dari beberapa indikator yang terdapat pada variabel Kualitas Produk yang paling berpengaruh yaitu indikator kualitas yang dipersiapkan yang dimana nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga sudah mengetahui atribut dan ciri-ciri produk yang akan digunakan.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Ratih Fatmawati dan Jati Handayani (jurnal, 2015) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran”. Hasil penelitian Ratih dan Jati 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.

## 2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga

Menurut Lupiyoadi (2009) bahwa bagi nasabah penetapan harga yang sesuai dengan permintaan pasar, cenderung meningkatkan kepuasan nasabah. Sebaliknya jika penetapan harga tidak sesuai, maka akan mengakibatkan nasabah cenderung tidak puas atau pindah ke bank lain.

Berdasarkan analisis data di atas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 1,291 lebih kecil dari t tabel 1,984 dan hasil nilai signifikan (Sig) sebesar 0,200. Karena nilai Sig.  $0,200 > 0,025$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dari beberapa indikator yang terdapat pada variabel Harga yang paling berpengaruh yaitu indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dimana nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga sudah mengetahui bahwa harga yang tinggi belum tentu kualitasnya baik, sedangkan harga yang rendah belum tentu kualitasnya jelek.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Burhanudin (jurnal, 2018) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat”. Hasil penelitian Burhanudin menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka nasabah akan merasakan puas.

## 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga

Menurut Rangkuti (2017) bahwa pelayanan adalah hal yang paling penting dalam suatu perusahaan dan termasuk factor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah. Pelayanan kepada nasabah bukan sekedar memberikan produk/jasa, tetapi harus dapat memuaskan nasabah

jauh diatas harapannya. Nasabah yang puas akan datang lagi, dan semakin sering nasabah tersebut membeli, berarti semakin meningkat frekuensi konsumsinya.

Berdasarkan analisis data di atas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 2,433 lebih besar dari t tabel 1,984 dan hasil nilai signifikan (Sig) sebesar 0,017. Karena nilai Sig.  $0,017 < 0,025$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dari beberapa indikator yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh yaitu indikator responsiveness (ketanggapan) yang dimana nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga telah merasakan puas dengan adanya pelayanan yang cepat, tepat dan cermat.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Rizal Zukarnain (jurnal, 2020) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon”. Hasil penelitian Rizal menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan perannya sangat penting kepada keberlangsungan suatu lembaga perbankan.

#### 4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga

Kepuasan nasabah muncul ketika adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik serta penetapan harga yang sesuai dengan kualitasnya sehingga nasabah menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah tersebut. Semakin baik kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan diterapkan oleh lembaga perbankan, maka nasabah akan merasa puas dan akan merekomendasikan bank syariah tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, jika kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan 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 BRI Syariah KCP Purbalingga akan didekatkan dengan sekeliling-nya yang dalam kontek ini yakni tingginya kepuasan nasabah.

Berdasarkan analisis data di atas, penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dari nilai R square ( $R^2$ ) koefisien determinasi sebesar 0,205 atau sama dengan 20,5%. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan adalah 20,5%. Sedangkan sisanya 0,795 atau sebesar 79,5% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Rachmad Hidayat (jurnal, 2009) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah.

IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,428 dengan nilai sig 0,017. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,984 dengan tingkat sig lebih kecil dari 0,025 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga.
2. Berdasarkan uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,291 dengan nilai sig 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil dari pada t tabel yakni sebesar 1,984 dengan tingkat sig lebih besar dari 0,025 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga.
3. Berdasarkan uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,433 dengan nilai sig 0,017. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,984 dengan tingkat sig lebih kecil dari 0,025 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga.

4. Berdasarkan uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga. Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 8,056 dengan nilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan  $< 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga.
5. Dari hasil penelitian yang diperoleh, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga adalah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 2,428 dan 2,433.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga. Namun peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan yang sama. Maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu kepada Bank BRI Syariah KCP Purbalingga untuk terus meningkatkan kualitas produknya dengan cara memberikan penyuluhan dan mempromosikan produk-produk yang ada di bank tersebut kepada masyarakat sehingga mereka tidak hanya mengenal satu produk saja, kemudian penetapan harganya disesuaikan dengan kualitasnya dengan cara memberikan penjelasan bahwa harga yang rendah memiliki kualitas yang baik dan harga yang tinggi juga memiliki kualitas yang baik pula dan kualitas pelayanannya harus lebih ditingkatkan lagi

dengan cara melayani nasabah dengan cepat, tepat dan cermat sesuai standar waktu yang ditetapkan di bank tersebut.

## 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topic yang sama diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan variabel lain yang belum diteliti oleh penulis, menambahkan teori-teori dan metode yang baru, sehingga informasi akan lebih lengkap tentang variabel tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Angrita Deziana, I. d. (2014). Corporate Vinancial Performance Effect Of Macro Economic Factor Against Stock Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.5, No. 2, September, 5*.
- Apriyani, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 51 No. 2*.
- Aziz, F. A. (2012). *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El Bayan.
- Budiharja, R. d. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembeli. *JURNAL STIE Semarang, Vol. 8, No 2, Juni 2016*.
- Dewi, C. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 7, No. 8, 4553*.
- Freekey Steyfli Maramis, J. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal EMBA Vol.6 No. 3 Juli 2018, Hal. 1658-1667*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hartati, I. N. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia Pondok Maritim Indah.
- Hasibun, M. S. (2007). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hutabalian, Y. H. (2015). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSEROAN)Tbk Unit Politeknik. *E-Jurnal "Acta Diurna", 2*.
- I Putu Ade Andre, P. d. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Jamaluddin, H. d. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban Vo.II nO. 1 Juli, 10-11*.
- Janah, N. W. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal, Volume 10, Nomor.2, 302-303*.

- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembeli. *Jurnal EMBA Vol.1 No. 3 September 2013*.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, S. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prawirosentono, S. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal Zukarnain, H. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Naabah dengan Kepuasan Nabsabah Sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon. *Jurnal Manajemen dan Bisnis ISSN : 2686-0554*, 4.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Sosrodiharjo. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bina Media Perintis Medan.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, B. (2004). *Bisnis Sambilan Langkah Awal Menjadi Enterpreneur Sukses*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Supranto, J. (2009). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Supriatna, T. (1996). *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Nimas Multima.

- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. d. (2003). *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Umar, H. d. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wahyuningsih, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal*,30
- Zukarnain, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Syari'ah Mu'amalah Cilegon. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* , 4.

