

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC
PALEMBANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli
Madya Perbankan Syariah (A.Md)**



Oleh:

YESI JULIA

NIM: 1646100128

**PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

2019



Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

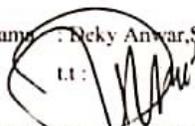
Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH**

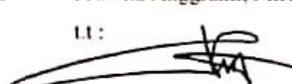
Nama : Yesi Julia
Nim/Jurusan : 1646100128 / D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang

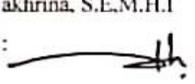
Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 4 September 2019

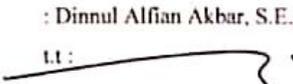
PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

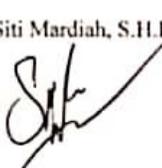
Tanggal Pembimbing Utama : Beky Anwar, S.E., M.Si
t.t. : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Lemlyana, S.E., M.Si
t.t. : 

Tanggal Penguji Utama : Lusita Anggraini, M.H.I
t.t. : 

Tanggal Penguji Kedua : Fakhrina, S.E., M.H.I
t.t. : 

Tanggal Ketua : Dinnul Alfian Akbar, S.E., M.Si
t.t. : 

Tanggal Sekretaris : Hj. Siti Mardiah, S.H.I.M.SH
t.t. : 



KEMENTERIAN AGAMA RI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof K.H Zainal Abidin Fikri, KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC
Palembang
Ditulis Oleh : Yesi Julia
NIM : 1646100128

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Ahli Madya Perbankan Syariah (A.Md)

Palembang, September 2019

Dekan,

Dr. Oddariah Barkah, M.Hi.
NIP. 197011261997032002



KEMENTERIAN AGAMA RI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl.Prof K.H Zainal Abidin Fikri KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yesi Julia
Nim : 1646100128
Jenjang : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Palembang, Agustus 2019

Penulis



Yesi Julia

1646100128



Scanned with
CamScanner



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir C

No. :
Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk Diuji*

Kepada Yth.
Ketua Program Studi
D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
di
Palembang

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Yesi Julia
NIM : 1646100128
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti Ujian *Munaqosah* Tugas Akhir.

Demikianlah pemberitahuan kami, bersama ini dilampirkan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, Agustus 2019

Pembimbing II

Pembimbing I

Diky Anwar, S.E., M.Si
NIP.198207152008011015

Lemivana, S.E., M.Si
NIP.197810122017012010



Alamat Jl Prof K H Zainal Abidin Fikri KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

KEMENTERIAN AGAMA RI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Yesi Julia
NIM : 1646100128
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC
Palembang

Palembang, Agustus 2019
Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah

Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si
NIP.197803272003121003



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

Hal : Mohon Izin Penjilidan Tugas Akhir

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Yesi Julia
NIM/Jurusan : 1646100128/D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan,dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, 05 September 2019

Penguji Utama

Juwita Anggraini,M.H.I
NIP. 198405192011012006

Penguji Kedua

Fakhriina,S.E.,M.H.I
NIK.

**Mengetahui
Wakil Dekan I**

Dr. Maftukhatulikhah, M.Ag
NIP.197509282006042001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang menggunakan hasil data dari penyebaran kuesioner dan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,878 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,878 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang. Sedangkan untuk variabel kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,480 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,480 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,01 < 0,05$) maka variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Saat Kita Memperbaiki Hubungan Dengan Allah SWT, Niscaya Allah SWT Akan Memperbaiki Segala Sesuatu Untuk Kita

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Kupersembahkan kepada:

- Sang Pencipta Allah SWT
- Orangtuaku tercinta
- Adikku tercinta
- Keluargaku tercinta
- Sahabat dan teman-temanku yang selalu mendukung dan memberikan semangat yang tidak bisa kusebutkan satu persatu
- Teman-teman seperjuanganku khususnya kelas DPS 3 2016
- Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang” dengan lancar dan sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun akhirnya dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan hambatan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan segala nikmat sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dr.Qadariah Barkah, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Deky Anwar S.E., M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan tugas akhir.

6. Ibu Lemiyana S.E. M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan tugas akhir.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dengan setulus hati selama masa kuliah.
8. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain.
9. Kedua Orangtua tercinta, Ibu Isroah dan Ayah Budi Edwar yang telah memberikan kasih sayang dalam mendidik dan membesarkan penulis serta telah memberikan doa,dukungan dan nasihat kepada penulis selama proses pembuatan tugas akhir sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
10. Adikku tercinta Ramadhoni yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses pembuatan tugas akhir sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
11. Seluruh keluargaku yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas do'a dan dukungannya.
12. Sahabat-sahabatku Fera Andriani, A.Md.Kes, Septia Nurdiyanti Pratama dan Silfa Afriyani yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
13. Sahabat dan teman seperjuanganku selama diperkuliahan hingga saat ini Rizky Siti Pahria, A.Md, Yuni Eriska, A.Md, Wiemaz Chairunnisa, A.Md,

Trina Suci Indah Sari, A.Md, Yuliana, A.Md, Nurliana, A.Md, Sinthya Aprianti, A.Md dan Ria Oktaviani, A.Md yang telah memberikan semangat dan dukungannya.

14. Teman-teman seperjuanganku selama masa diperkuliahan khususnya kelas DPS 3 2016 yang telah memberikan semangat dalam pembuatan tugas akhir.

15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama selama masa studi hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT. memberikan pahala yang berlimpah kepada semua pihak diatas, atas bantuan, dukungan, doa dan amal baik yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Palembang, Agustus 2019

Penulis

Yesi Julia

NIM:1646100128

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	14
1. Kualitas Layanan	14
2. Kualitas Produk	17
3. Kepuasan Nasabah	20
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Teoritik	28
D. Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	

A. Ruang Lingkup Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi	31
2. Sampel	31
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Sumber Data	33
D. Variabel-Variabel Penelitian	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Kuesioner	35
2. Dokumentasi	36
F. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
3. Uji Asumsi Klasik	37
a. Uji Normalitas	37
b. Uji Heterokedastisitas	38
c. Uji Multikolinieritas	39
d. Uji Linieritas	39
4. Analisis Regresi Linier Berganda	39
5. Uji Hipotesis	40
a. Uji T (Parsial)	40
b. Uji F (Simultan)	41
c. Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	43
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	43

2. Visi dan Misi	45
3. Struktur Organisasi	47
B. Karakteristik Responden	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
C. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	51
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Heterokedastisitas	55
c. Uji Multikolinieritas	56
d. Uji Linieritas	58
4. Uji Hipotesis	59
a. Uji T (Parsial)	59
D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	62
3. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Normalitas	62
b. Uji Heterokedastisitas	63
c. Uji Multikolinieritas	64
d. Uji Linieritas	66
4. Uji Hipotesis	67
a. Uji T (Parsial)	67
E. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	68

a. Analisis Linier Berganda	68
b. Uji F (Simultan)	69
c. Koefisien Determinasi (R^2)	71

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PerkembanganJumlah Bank PerbankanSyariah Di Indonesia	3
Tabel 1.2 PerkembanganJumlah Kantor PerbankanSyariah Di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu	26
Tabel3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	33
Tabel 4.1 KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin	48
Tabel 4.2 KarakteristikRespondenBerdasarkanUsia.....	49
Tabel 4.3 KarakteristikRespondenBerdasarkanPekerjaan	50
Tabel 4.4 KarakteristikRespondenBerdasarkan Pendapatan Perbulan	51
Tabel 4.5 HasilUjiValiditasVariabelKualitasLayanan	52
Tabel 4.6 HasilUji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	54
Tabel 4.7 HasilUji Normalitas Variabel Kualitas Layanan	55
Tabel 4.8 HasilUji Multikolinieritas Variabel Kualitas Layanan	57
Tabel 4.9 HasilUji Linieritas Variabel Kualitas Layanan	58
Tabel 4.10 HasilUji T (Parsial)	59
Tabel 4.11 Hasil Validitas Kualitas Produk	61
Tabel 4.12 HasilUji Reliabilitas VariabelKualitas Produk	62
Tabel 4.13 HasilUji Normalitas VariabelKualitas Produk	63
Tabel 4.14 HasilUji Multikolinieritas Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.15 HasilUji Linieritas Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial).....	67

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	70
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Kualitas Layanan	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Kualitas Produk	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan melalui pertukaran sudah lama dikenal umat manusia. Sebelum sistem moneter yang berlaku sekarang ini, sudah ada pertukaran melalui sistem barter. Perbedaan kedua sistem ini sangat jelas tampak dari instrumen yang digunakan. Dalam pertukaran sistem moneter yang menjadi alat pembayaran adalah uang yang terdiri dari uang logam atau uang kertas. Sedangkan dalam sistem barter yang menjadi instrumen pembayarannya adalah barang atau jasa, dalam praktiknya sistem barter sudah lebih dulu dikenal sebelum sistem moneter.¹

Kehadiran sistem moneter dalam dunia perdagangan juga merupakan cikal bakal lahirnya lembaga keuangan. Sistem moneter yang menggunakan uang sebagai alat pembayarannya membutuhkan bank sebagai tempat untuk mencetak, mengatur dan mengawasi peredaran uang suatu negara. Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara,² oleh karena itu, kehadiran bank dalam sistem moneter merupakan darah dan tulang punggung suatu negara dalam rangka memperlancar sistem moneter yang digunakan di seluruh negara di dunia ini.³

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016, hal 12-13

²Khotibul Umam, Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2017, hal 1

³ Kasmir, Op., Cit hal 14

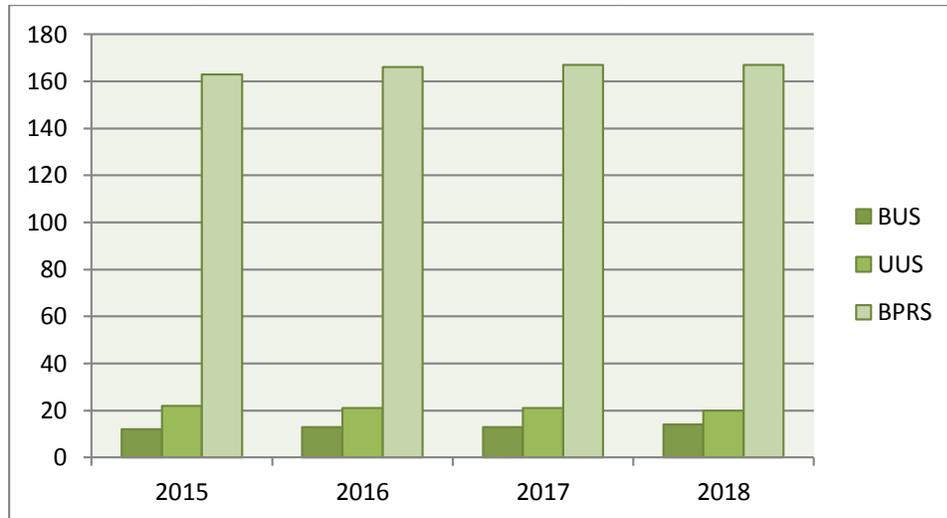
Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan maka peranan dunia perbankan semakin dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik yang berada di negara maju maupun negara berkembang. Perbankan semakin mendominasi kehidupan manusia terutama dalam kaitannya dengan ekonomi dan bisnis suatu negara, bahkan aktivitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara. Bank berdasarkan operasional kegiatan dibedakan menjadi bank konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah, meliputi Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Syariah mulai tumbuh pesat semenjak bermunculannya unit usaha syariah (UUS) dengan berdirinya UUS bank IFI pada tahun 1999, perkembangan tidak terbatas pada sektor keuangan syariah, tetapi juga pada sektor riil berbasis syariah, *voluntary sector* (zakat, infaq, sadaqah dan wakaf) dan pada sektor pendidikan dari tingkat pendidikan dasar sampai tingkat perguruan tinggi.⁴

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak dapat terlepas dari perkembangan perbankan syariah dunia Internasional. Bank- bank syariah dalam bentuknya yang sekarang untuk pertama kalinya didirikan adalah *Mit Ghamr Savings Bank* di Mesir sebagai bank Syariah modern pertama sebagaimana dikemukakan diatas itu, selanjutnya pasar perbankan Islam terus berkembang diseluruh dunia.⁵

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Press, 2015, hal 208

⁵ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenamedia Group, 2014 hal 52

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Bank Perbankan Syariah di Indonesia

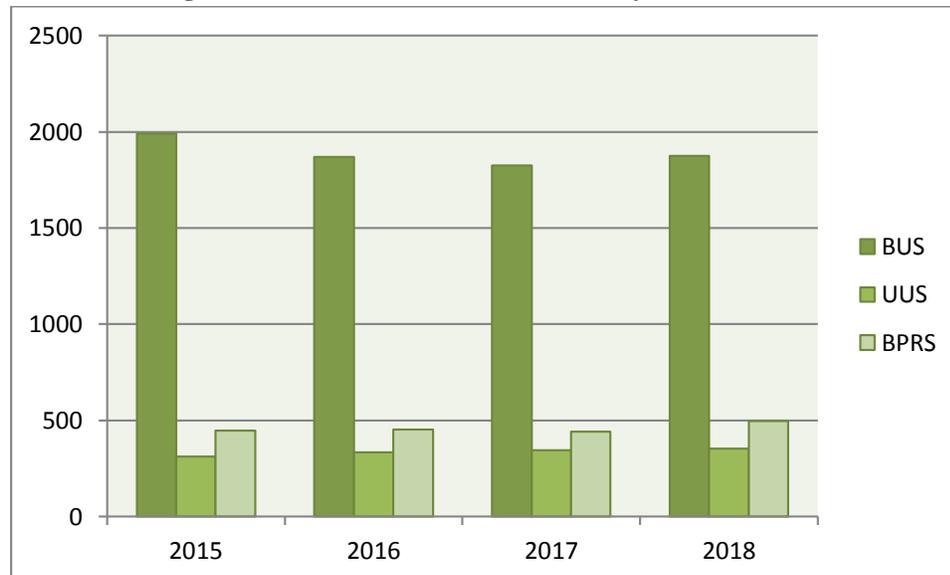


Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Data Diolah 2019

Jika dilihat dari tabel diatas, perkembangan jumlah bank Perbankan Syariah di Indonesia cukup mengesankan karena dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu banyak. Pada tahun 2015 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 12 bank, mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 13 bank, tetapi pada tahun 2017 tidak mengalami peningkatan sehingga jumlah bank sama dengan tahun sebelumnya yaitu 13 bank, akan tetapi mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018 yaitu sebanyak 14 bank. Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah pada tahun 2015 terdapat 22 bank, pada tahun 2016 mengalami penurunan sehingga menjadi 21 bank, pada tahun 2017 tidak mengalami kenaikan maupun penurunan sama seperti tahun 2016 yaitu 21 bank, sedangkan pada tahun 2018 mengalami

penurunan lagi sehingga menjadi 20 bank. Untuk BPRS dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia



Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Data Diolah 2019

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan perkembangan kantor bank Syariah secara fluktuatif atau berubah-ubah. Pada tahun 2015 jumlah kantor Bank Umum Syariah pada tahun 2015 berjumlah 1990 kantor, mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 1869 kantor, mengalami penurunan kembali pada tahun 2017 menjadi 1825 kantor, dan terjadi kenaikan pada tahun 2018 menjadi 1875 kantor. Kantor Unit Usaha Syariah berjumlah 311 kantor pada tahun 2015, mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 332 kantor, pada tahun 2017 mengalami peningkatan kembali menjadi 344 kantor, dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2018 menjadi 354 kantor. Jumlah kantor BPRS pada tahun 2015 berjumlah 446 kantor,

mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 463 kantor, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2017 menjadi 441 kantor, dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2018 menjadi 495 kantor.

Salah satu tujuan perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1993), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan hal seperti : sikap jujur dan benar serta sikap amanah. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk baik barang maupun jasa yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta dapat meminimalkan biaya dan waktu.⁶

Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana nasabah menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan secara langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna atau nasabah selanjutnya akan berdampak

⁶ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 173-174

positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.⁷

Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart Share* dan *Mind Share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.

Pemberian layanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya.⁸

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi

⁷ Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablul BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 20

⁸ Veithzal Rivai Zainal dkk, Op.,Cit hal 173-174

kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.⁹

Kualitas produk merupakan hal perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan/produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.¹⁰

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri karena Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia yang sudah dikenal dikalangan masyarakat dan Bank Syariah Mandiri juga ikut berpartisipasi dalam pembangunan nasional melalui peranannya sebagai lembaga intermediasi yang menawarkan berbagai jasa layanan perbankan. Bank Syariah Mandiri juga ikut bersaing dengan bank lainnya seperti Bank

⁹ Dita Putri Anggraeni dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 37 No.1 Agustus 2016, hal 171

¹⁰ Sofian Assuri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015, hal 211-212

Konvensional maupun Bank Syariah. Dengan adanya persaingan tersebut maka Bank Syariah Mandiri harus lebih memperhatikan kualitas perusahaan baik kualitas layanan maupun kualitas produk yang ada untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

Mengingat pentingnya menjaga kualitas pelayanan bank terhadap nasabahnya dalam rangka menjawab tantangan dalam persaingan dewasa ini maka harus selalu mampu mengukur sejauh mana kualitas layanan dan kualitas produk yang mereka berikan, juga tingkat kepuasan nasabah atas hasil dari pelayanan yang telah diberikan. Bank Syariah Mandiri KC Palembang menyadari bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki peran yang cukup penting dalam pencapaian kepuasan nasabah. Semakin berkembangnya jaman maka nasabah akan menjadi lebih kritis terhadap pelayanan yang diberikan, hal tersebut yang mendorong Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya terus melaksanakan yang terbaik agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik sehingga terciptanya kepuasan nasabah. Bank Syariah Mandiri terus meningkatkan kualitas layanan baik dari segi karyawan maupun dari segi fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

Dari fenomena tersebut diketahui bahwa kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh suatu bank dapat menciptakan kepuasan nasabah, hal tersebut juga dinyatakan dalam penelitian Conny Sondakh dan hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa nasabah berpendapat kualitas layanan

mempunyai pengaruh yang baik terhadap kepuasan dan berdampak pada loyalitas. Artinya kualitas layanan yang dirasakan sebanding dengan harapan nasabah. Perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan layanan walaupun citra mereka sudah melekat di benak konsumen. Hal ini dapat dilaksanakan dengan melakukan inovasi-inovasi ataupun terobosan baru khususnya terhadap produk layanan yang bisa lebih memuaskan kebutuhan nasabah sehingga tujuan yang diharapkan perusahaan bisa tercapai yaitu nasabah yang loyal.¹¹

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui kualitas layanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dengan meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka Tugas Akhir ini dituangkan dalam judul “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?

¹¹ Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablur BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 31

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis dipelajari di perkuliahan, dan juga sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkannya seperti :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

b. Bagi Lembaga (Bank Syariah Mandiri KC Palembang)

Dari laporan ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Bank Syariah Mandiri KC Palembang dalam meningkatkan perkembangan kegiatan-kegiatan perusahaan agar menjadi yang terbaik.

c. Bagi Akademisi

Hasil dari laporan ini diharapkan dapat membantu rekan-rekan terutama mahasiswa ataupun pihak lain yang membutuhkan informasi dan bahan referensi pada tema laporan sejenis yang akan dibahas.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam penelitian ini, penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima bab, dimana tiap bab terbagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi dengan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang. penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis yang digunakan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini terdiri dari simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang di dukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Kelebihan dan kekurangan. Saran-

saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Layanan

Menurut Supranto (2006) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan menurut Lindsay (2000) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Rangkuti (2002) menyatakan bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila terjadi sebaliknya (*perceived* lebih besar daripada *expected*) ada kemungkinan pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.¹²

Serangkaian penelitian terhadap industri jasa, Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam Tjiptono dan Gregorius disimpulkan ada 5 (lima) dimensi pokok kualitas layanan yaitu:¹³

¹² Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, Agung Suwandar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1, Januari 2016. Hal 121-122

¹³ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 184-186

1. *Tangible* (bukti nyata)

Dimensi *tangibles* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya.

2. *Emphaty* (empati)

Dimensi *emphaty* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan.

3. *Reliability* (keandalan)

Dimensi *Reliability* atau keandalan berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan/atau jasa.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Dimensi *Responsiveness* atau daya tanggap berkenaan dengan kesedian pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas.

5. *Assurance* (jaminan)

Dimensi *Assurance* atau jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan,

dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan.¹⁴

a. Kualitas Layanan Dalam Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt., dalam ayat berikut:¹⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ
Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.(QS. Al-Baqarah (2):267)

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan

¹⁵ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 179

cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Hal tersebut sebagaimana dengan sabda Rasulullah saw. dalam hadis berikut:

رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا ضَيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ، كَيْفَ قَالَ: قَالَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ (أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي كِتَابِ الرِّقَاقِ) إِذَا أُسْبِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ. قَالَ: إِضَاعَتُهَا بِرَسُولِ اللَّهِ؟

“Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancuran. “Kemudian seseorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanah ya Rasulullah?” Rasulullah saw. menjawab, “Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.”
(HR.Bukhari)

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap produk sesungguhnya merupakan bungkus atau pengemasan dari sesuatu pelayanan yang memecahkan persoalan. Sehingga penekanannya bukan pada barang secara fisik yang ditawarkan, tetapi kegunaan atau manfaat dari barang tersebut.

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produksi tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah pengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang

mutu/kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan mulanya berawal pada satu di antara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.¹⁶

Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk yang dapat memberikan segalanya lebih besar atau lebih unggul sebagai pembanding dengan alternatif bersaing dari pandangan pasar (Garvin, 1987). Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya, yang menurut Garvin (1987) disebut sebagai 8 dimensi kualitas produk (Tjiptono and Chandra, 2008) sebagai berikut:¹⁷

1. Kinerja (*Performance*)

Karakteristik kemampuan operasi dasar atau utama dari sebuah produk

2. Fitur (*Features*)

Karakteristik sebagai pendukung atau pelengkap produk (sekunder), yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi dasar produk (primer) atau menambah ketertarikan konsumen/pengguna terhadap produk.

3. Kesesuaian (*Conformance*)

¹⁶Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2014. Hal: 211-212

¹⁷ Galih Arief Prakosa, Udi Subakti Ciptomulyo, Fuad Achmadi, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna KASMDI KBS*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 11, No. 3 September 2017. Hal 286

Karakteristik kesesuaian kinerja operasi dasar dan kualitas produk, dalam memenuhi standar /kriteria/ spesifikasi tertentu yang diinginkan konsumen/ pengguna.

4. Keandalan (*Reliability*)

Probabilitas bahwa produk dapat berkerja dengan memuaskan atau sebaliknya, dalam periode waktu dan kondisi tertentu.

5. Daya tahan (*Durability*)

Kemampuan produk untuk bertahan lama saat digunakan, sebelum harus diganti, yang diukur berdasarkan umur dan waktu pakai.

6. Kemudahan (*Serviceability*)

Karakteristik yang meliputi kecepatan dan kemudahan layanan dalam proses perbaikan.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Karakteristik yang berhubungan dengan panca indera.

8. Kesan Kualitas (*Perceived Quality*)

Karakteristik yang berhubungan dengan kesan/ persepsi yang dirasakan konsumen/ pengguna atas produk maupun merek yang bersangkutan.

a. Kualitas Produk Dalam Islam

Produk dalam Al-Quran dinyatakan dalam dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat merujuk pada sesuatu yang baik, suatu yang murni dan baik sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. Al-rizq merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan,

pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah yang berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Firman Allah SWT dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:¹⁸

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal dan baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah: 168)

3. Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.¹⁹

Suatu pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan

¹⁸ Ilham Rahmat, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*. Skripsi. 2018

¹⁹ Dwi Aliyyah Apriyani, Sunarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No. 2 Oktober 2017. Hal 3

pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk baik barang maupun jasa yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta dapat meminimalkan biaya dan waktu.²⁰

Menurut Kotler (2002) dimensi kepuasan pelanggan yaitu:²¹

1. Kualitas Produk

Produk dinyatakan berkualitas bagi konsumen, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.

2. Emosional

Konsumen yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadap dia bila menggunakan produk bermerek tertentu, cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi.

3. Harga

Produk yang berkualitas sama, tetapi harganya relative terjangkau akan memberikan nilai lebih tinggi ke pelanggan.

Aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara lebih efektif dan dapat melebihi harapan awal pelanggan dipaparkan sebagai berikut:²²

²⁰ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 184-186

²¹ Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablusi BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 25

²² Veithzal Rivai Zainal dkk, *Op. Cit* hal 175-176

1. *Warranty Costs*

Persentase penjualan sering kali digunakan oleh beberapa perusahaan untuk menangani *warranty cost*. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya dikarenakan perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk mereka.

2. Penanganan komplain dari pelanggan

Perusahaan sering kali terlambat dalam menyadari atau menangani komplain dari pelanggan. Komplain dari pelanggan harus diatasi untuk mencegah *customer defection*.

3. *Market Share*

Market share merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Pengukuran market share berada pada kuantitas bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

4. *Costs Of Poor Quality*

Cost of poor quality dapat bernilai memuaskan apabila biaya untuk *defecting customer* dapat diperkirakan.

5. *Industry Reports*

Industry Report adalah laporan dari perusahaan yang paling adil, paling akurat dan sangat diharapkan. Melalui laporan ini akan terlihat hasil kinerja dalam kurun waktu tertentu sehingga dapat menjadi evaluasi untuk dapat memuaskan pelanggan.

a. Kepuasan Pelanggan Dalam Islam

Standar syariat Islam merupakan tolok ukur untuk menilai kepuasan pelanggan dalam Islam. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1993), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan beberapa hal berikut.²³

1) Sifat Jujur dan Benar

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut, termasuk kepada pelanggan. Hal tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw. dalam hadis berikut.

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi saudara muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.”(HR. Ahmad dan Thabrani).

2) Sifat Amanah

Amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, serta mengembalikan hak apapun kepada pemiliknya. Dalam berdagang dikenal dengan istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri, kualitas, dan harga barang

²³ Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 173-174

kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan. Dengan demikian, tiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dijualnya.

B. Penelitian Terdahulu

Telah banyak dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, berikut merupakan *review* dari beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini :

Conny Sondakh (2014) dengan judul “*Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)*” hasil penelitian adalah variabel kualitas layanan terdapat pengaruh yang positif signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.²⁴

Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu (2015) dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*” hasil penelitian adalah variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁵

²⁴ Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablus BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 29

²⁵ Natalia Ribka Lumempow., Silvy Mandey., Jopie Jorie Rotinsulu. *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*.Jurnal EMBA Vol.3, N0.3 Sept 2015 hal 1285

Nel Arianty (2015) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*” hasil penelitian adalah variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁶

Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, Imelda W.J Ogi (2016) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi PT. FIFGROUP Manado*” hasil penelitian adalah variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.²⁷

Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, I Gede Merta Sudiarta (2018) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*” hasil penelitian adalah variabel kualitas layanan memiliki arah yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁸

²⁶ Nel Arianty, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02 Oktober 2015, hal 79

²⁷ Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, dan Imelda W.J Ogi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Branch Manager)* Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1 Maret 2016, hal 117

²⁸ Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, I Gede Merta Sudiarta (2018) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7 No, 8, 2018 hal 4557-4558

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

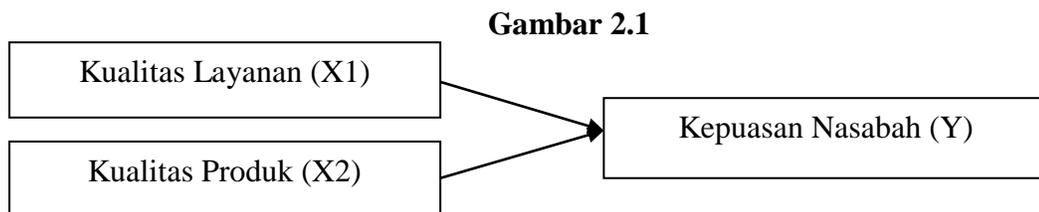
No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Conny Sondakh (2014)	Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)	Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara parsial.	-Teknik analisis regresi linear berganda -Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan	-Teknik sampling aksidental - Penetapan sampling menggunakan tabel Isaac-Michael
2.	Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu (2015)	Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado	Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah	-Teknik analisis regresi linear berganda -Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan	- Teknik sampling insidental - Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin
3.	Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, Imelda W.J	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas	Variabel kualitas pelayanan mempunyai	-Teknik analisis regresi linear berganda	-Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan

	Ogi (2016)	Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado)	pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.	-Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan	menggunakan rumus Slovin
4.	Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu	Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	-Teknik analisis regresi linear berganda -Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan	-Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin
5.	Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, I Gede Merta Sudiarta (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap	Variabel kualitas layanan memiliki arah yang positif dan	-Teknik analisis regresi linear berganda -Metode	-Teknik pengambilan sampling <i>purposive sampling</i>

		Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	pengumpulan data dalam penelitian yaitu menggunakan kuesioner	
--	--	---	--	---	--

C. Kerangka Teoritik

Kerangka teoritik berguna sebagai acuan bagi peneliti agar penelitian yang dilakukan menjadi terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian kerangka teoritik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: diolah 2019

D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau suatu persoalan yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Dalam penelitian ini diajukan hipotesis, anggapan sementara tersebut adalah:

1. Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan oleh Cokorda Istri Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiarta (2018) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki arah yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan BPD Bali maka semakin tinggi kepuasan nasabah, sebaliknya jika kualitas layanan rendah maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.²⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang

²⁹Cokorda Istri Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiarta, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*.E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7 No. 8 2018 hal 4557-4558

2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Nurcahya (2017) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Karena, meningkatnya kepuasan pelanggan yang dirasakan diakibatkan oleh kualitas produk perusahaan yang tinggi.³⁰

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

³⁰*Ibid*, hal 4549

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu data yang berupa angka dan dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistic.³¹

Penelitian ini terfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dipercaya dan tepat guna untuk daerah (*area*) atau objek penelitiannya.³²Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah

³¹ Siregar, Sofyan. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 2014. Hal 129

³² Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2014. Hal 145

probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.³³

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk mempermudah penelitian jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Hair et al*, *Hair et al* merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dikuesioner.³⁴ Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 32 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $32 \times 5 = 160$. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 160 responden.

C. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka.³⁵ Beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan beberapa alternatif jawaban. Jawaban tersebut selanjutnya diberikan skor yang didapat setelah hasil proses penyebaran kuesioner yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

³³*Ibid* hal 150

³⁴Mexano Hans Gery, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen The Aliga Hotel Padang*. Jurnal Menara Ilmu. Vol 12 No. 3. 2018. Hal 13

³⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabaru press, 2015. Hal 89

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu responden melalui kuesioner. Dalam melakukan penelitian ini sumber data primer yang diperoleh langsung dari nasabah PT Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

D. Variabel-Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X1) (Lindsay 2000) Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.	Berwujud (<i>Tangible</i>)	1. Kerapian 2. Sarana dan prasarana	Likert
	Empati (<i>Emphaty</i>)	3. Komunikasi 4. Kemudahan dalam mendapat informasi	Likert
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	5. Pelayanan 6. Penyelesaian masalah	Likert
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	7. Cepat dalam melayani 8. Penjelasan	Likert
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	9. Informasi jelas 10. Kecerdasan	Likert
Kualitas Produk (X2)	Kinerja (<i>Performance</i>)	1. Kesesuaian 2. Kelebihan	Likert

<p>(Garvin, 1987)</p> <p>Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk yang dapat memberikan segalanya lebih besar atau lebih unggul sebagai pembanding dengan alternative bersaing dari pandangan pasar.</p>	Fitur (<i>Features</i>)	3. Keragaman produk 4. Ciri khas produk	Likert
	Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	5. Konsistensi rasa produk 6. Kualitas	Likert
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	7. Peningkatan kualitas 8. Kinerja produk	Likert
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	9. Tingkat ketahanan produk 10. Jangka waktu lama	Likert
	Kemudahan (<i>Serviceability</i>)	11. Persyaratan mudah 12. Pencairan dana cepat	Likert
	Estetika (<i>Aesthetics</i>)	13. Daya tarik 14. Inovatif	Likert
	Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	15. Kualitas layanan 16. Kualitas produk	Likert
<p>Kepuasan Nasabah (Y)</p> <p>(Kotler dan Keller 2007)</p> <p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan</p>	Kualitas Produk	1. Pemenuhan kebutuhan 2. Kenyamanan	
	Emosional	3. Kepuasan 4. Kebanggaan	
	Harga	5. Harga terjangkau 6. Kesesuaian harga	

kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.			
--	--	--	--

Sumber: diolah 2019

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.³⁶Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan Skala *Likert* (1-5) yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5
- 2) Setuju (S) diberi bobot 4
- 3) Ragu-Ragu (RG) diberi bobot 3
- 4) Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015. Hal 142

Semakin besar jumlah yang diberikan responden untuk setiap faktor, maka menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyelidiki benda-benda tertulis yaitu buku-buku, jurnal dan web. Buku yang digunakan dalam penelitian ini antara lain buku manajemen pemasaran, analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis, SPSS 16, metode penelitian, dasar-dasar perbankan, perbankan syariah, statistika deskriptif. Jurnal yang digunakan dalam penelitian ini antara lain jurnal manajemen, jurnal riset bisnis dan manajemen, jurnal administrasi bisnis, jurnal EMBA, jurnal bisnis dan manajemen.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.³⁷ Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada kemampuan atau tidak alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki. Jadi validitas merupakan kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur, oleh sebab itu alat ukur yang valid akan memiliki varians kesalahan yang rendah sehingga diharapkan alat tersebut akan

³⁷ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, Jakarta: Pranadamedia Group, 2015. Hal 234

dipercaya, bahwa angka yang dihasilkan merupakan angka yang sebenarnya. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah metode *Corrected Item Total Correlation* dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai *Corrected Item Total Correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.³⁸

Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah metode *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* menunjukkan sejauh mana kekonsistenan responden dalam menjawab instrumen yang dinilai. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistic, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$) maka sudah dapat

³⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2014. Hal 55

diasumsikan berdistribusi normal.³⁹ Untuk mengetahui normal atau tidaknya data maka dilakukan perhitungan uji normalitas dengan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $>0,05$.

H_0 = data berdistribusi normal (Asymp.Sig $>0,05$)

H_a = data tidak berdistribusi normal (Asymp.Sig $<0,05$)

b) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel independen dalam model.⁴⁰ Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heterokedastisitas dalam model regresi adalah dengan menggunakan output Scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dengan menggunakan output Scatterplot adalah sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola dan titik-titik yang membentuk pola yang teratur maka dapat disimpulkan terjadi heterokedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

³⁹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015. Hal 57

⁴⁰Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016. Hal 63

c) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

d) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).⁴¹

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda berguna untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel prediktor atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya. Dengan demikian regresi berganda digunakan untuk penelitian yang menyertakan beberapa variabel sekaligus.⁴²

⁴¹ www.spssindonesia.com

⁴² Hartono, *SPSS 16.0: Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014. Hal 110

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel X₁

b₂ = Koefisien regresi variabel X₂

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

e = Tingkat eror, tingkat kesalahan

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu uji T dan Koefisien determinasi (R²)

a) Uji T (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).⁴³

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t Parsial dalam Analisis Regresi :

⁴³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015. Hal 161

1) Jika nilai t hitung $>$ t table maka variabel bebas berpengaruh terhadap variable terikat

2) Jika nilai t hitung $<$ t table maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat.

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS :

1) Jika nilai Sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variable terikat

2) Jika nilai Sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.

b) Uji F (Simultan)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model (Uji Anova), yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Kriteria dalam Uji F adalah sebagai berikut:

a. Taraf Signifikan $\alpha = 0,05$

b. Jika nilai sig $<$ 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) maka H_a akan diterima.

c. Jika nilai sig $>$ 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) maka H_a akan ditolak.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin tinggi. Jika (R^2) semakin kecil maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin rendah.⁴⁴

⁴⁴*Ibid*, hal 164

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri adalah salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia yang ikut berpartisipasi dalam pembangunan nasional melalui peranannya sebagai lembaga intermediasi yang menawarkan berbagai jasa layanan Perbankan. Bank Syariah Mandiri juga ikut bersaing dengan bank lainnya seperti Bank Konvensional maupun Bank Syariah. Dengan adanya persaingan tersebut maka Bank Syariah Mandiri harus lebih memperhatikan kualitas perusahaan baik kualitas layanan maupun kualitas produk yang ada untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.⁴⁵

Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999 sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi moneter pada tahun 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis-krisis multi-dimensi termasuk panggung politik nasional telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat tidak terkecuali dunia usaha. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di

⁴⁵ www.syariahamandiri.ac.id

Indonesia. Salah satu Bank Konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank diantaranya Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT bank Mandiri (Persero) Rbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.⁴⁶

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan Perbankan Syariah dengan tujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri. Tim pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK

⁴⁶*Ibid*

Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 1 November 1999.

2. Visi dan Misi

a. Visi

“ Bank Syariah Terdepan dan Modern “

Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memaklumkan.

Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir professional.

Untuk Investor

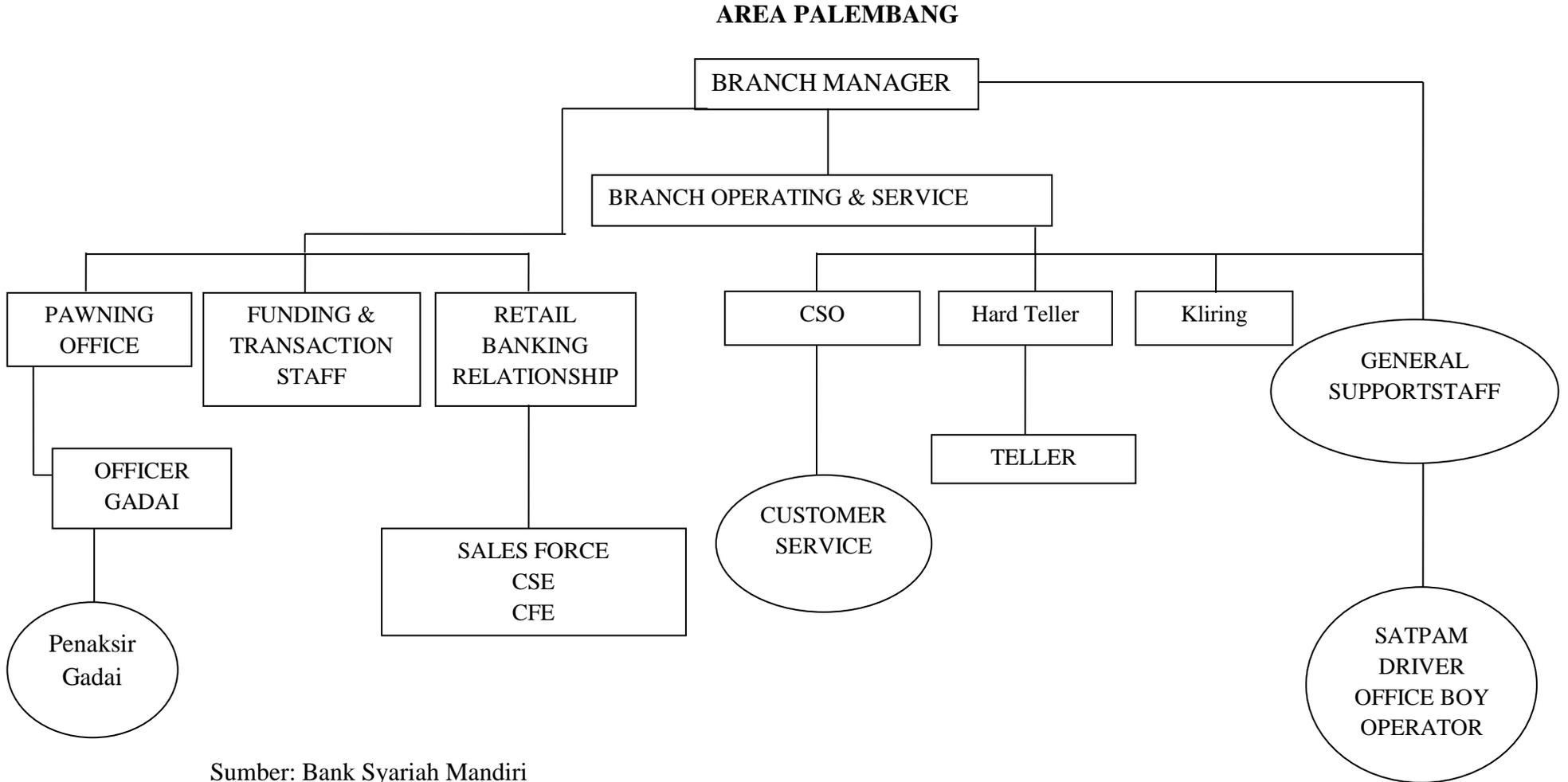
Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Struktur Organisasi



Sumber: Bank Syariah Mandiri

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden memberikan hubungan yang erat dengan cirri-ciri responden secara individu terhadap hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	21,9%
2	Perempuan	125	78,1%
Jumlah		160	100%

Sumber: Diolah oleh 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 35 orang dan responden perempuan berjumlah 125 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan yaitu sebanyak 125 orang atau 78,1%.

b. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden Bank Syariah Mandiri KC Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	18-28 Tahun	73	45,6%
2	29-39 Tahun	77	48,1%
3	>40 Tahun	10	6,2%
Jumlah		160	100%

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui bahwa usia nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang berumur 18-28 tahun berjumlah 73 orang, 29-39 tahun berjumlah 77 orang, dan >40 tahun berjumlah 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan usia 29-39 tahun yaitu sebanyak 77 orang atau 48,1%.

c. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden Bank Syariah Mandiri KC Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	Pelajar/Mahasiswa	13	8,1%
2	Pegawai Swasta/BUMN	82	51,2%
3	Pegawai Negeri/TNI-POLRI	18	11,2%
4	Wiraswasta	47	29,4%
Jumlah		160	100%

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui bahwa pekerjaan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang, pelajar/mahasiswa sebanyak 13 orang, pegawai swasta/BUMN sebanyak 82 orang, pegawai negeri/TNI-POLRI sebanyak 18 orang dan wiraswasta sebanyak 47 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan pekerjaan pegawai swasta/BUMN yaitu sebanyak 82 orang atau 51,2%.

d. Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan Perbulan

Adapun data mengenai pendapatan perbulan responden Bank Syariah Mandiri KC Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	<Rp.1.000.000	18	11,2%
2	>Rp.1.000.000-2.000.000	25	15,6%
3	>Rp.2.000.000-3.000.000	65	40,6%
4	>Rp.3.000.000-4.000.000	52	32,5%
Jumlah		160	100%

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui bahwa pendapatan perbulan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang, <Rp.1.000.000 sebanyak 18 orang, >Rp.1.000.000-2.000.000 sebanyak 25 orang, >Rp.2.000.000-3.000.000 sebanyak 65 orang, dan >Rp.3.000.000-4.000.000 sebanyak 52 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan pendapatan perbulan sebesar >Rp.2.000.000-3.000.000 yaitu sebanyak 65 orang atau 40,6%.

C. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, yang berarti kualitas layanan akan diikuti

oleh peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,787 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,787 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $< 0,00$ ($0,00 < 0,05$). Semakin tepat dan semakin baik kualitas layanan maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

1. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang telah diteliti. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah metode *Corrected Item Total Correlation* dengan taraf signifikansi 0,05. Kemudian nilai korelasi (r_{hitung}) yang diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r_{tabel}). Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df=n-2$) dengan sampel atau $n= 160$ responden maka akan menjadi $n=160-2$ yaitu 158 ($df=158$) dengan nilai signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,1305. Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Variabel	Pertanyaan	<i>Correction Item Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	1	0,374	0,1305	Valid
	2	0,567	0,1305	Valid
	3	0,522	0,1305	Valid
	4	0,546	0,1305	Valid
	5	0,461	0,1305	Valid
	6	0,459	0,1305	Valid
	7	0,403	0,1305	Valid
	8	0,502	0,1305	Valid
	9	0,473	0,1305	Valid
	10	0,343	0,1305	Valid

Sumber: data diolah 2019

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari setiap pertanyaan kualitas layanan (X1) lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$). Maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah

metode *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Reliabilitas
Kualitas Layanan	0,722	Reliabel
Kualitas Produk	0,663	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,612	Reliabel

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal atau tidaknya data maka dilakukan uji normalitas dengan melihat uji *Statistic Kolmogorov-Smirnov (KS)*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan >0,05, jika nilai signifikan <0,05 maka data dinyatakan tidak normal. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90310848
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.037
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.633
Asymp. Sig. (2-tailed)		.818
a. Test distribution is Normal.		

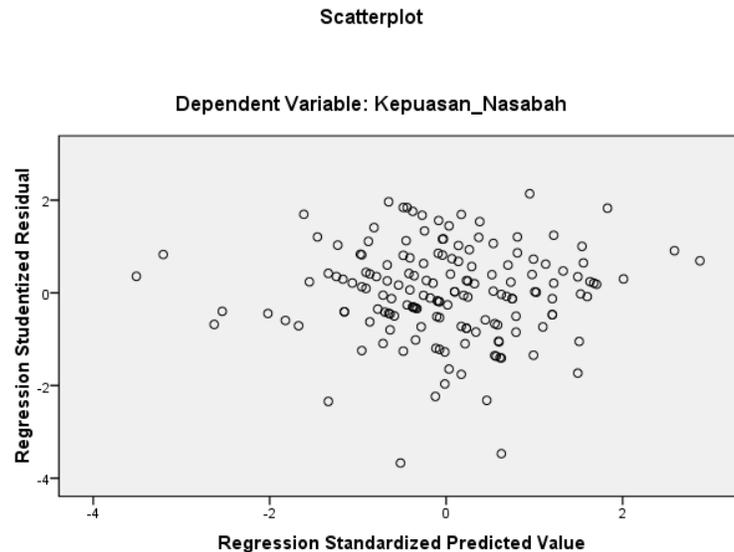
Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil tabel 4.7 menunjukkan nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,818 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan ke uji asumsi klasik lainnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel independen dalam model. Adapun hasil dari uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik tidak mengumpul dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya

multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.909	2.277		.399	.690		
	Kualitas_Layanan	.235	.062	.340	3.787	.000	.501	1.997
	Kualitas_Produk	.200	.057	.313	3.480	.001	.501	1.997

a. Dependent Variable:
Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil tabel 4.8 menunjukkan hasil dari uji multikolinieritas nilai *Tolerance* kualitas layanan sebesar 0,50 dan nilai VIF sebesar 1,99 dan untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,501 dan nilai VIF sebesar 1,99. Dengan demikian dapat dilihat bahwa setiap variabel menunjukkan nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, dengan demikian variabel independen (kualitas layanan dan kualitas produk) dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kepuasan nasabah.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi $<0,05$. Adapun hasil dari uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Nilai Test For Linierity
Variabel Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Nasabah * Kualitas_Layanan	Between Groups	(Combined) Linearity	868.155	26	33.391	3.581	.000
		Deviation from Linearity	664.940	1	664.940	71.309	.000
			203.215	25	8.129	.872	.643
	Within Groups		1240.188	133	9.325		
	Total		2108.344	159			

Sumber: Data diolah 2019

Pada tabel 4.9 diatas menunjukkan nilai *Sig Linierity* sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4.10
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.909	2.277		.399	.690
	Kualitas_Layanan	.235	.062	.340	3.787	.000
	Kualitas_Produk	.200	.057	.313	3.480	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,787 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,787 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka variabel kualitas layanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,480 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,480 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi 0,01 ($0,01 < 0,05$). Semakin tepat dan semakin baik kualitas layanan maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

1. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang telah diteliti. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah metode *Corrected Item Total Correlation* dengan taraf signifikansi 0,05. Kemudian nilai korelasi (r_{hitung}) yang diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r_{tabel}). Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus ($df=n-2$) dengan sampel atau $n= 160$ responden maka akan menjadi $n=160-2$ yaitu 158 ($df=158$) dengan nilai signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,1305. Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Pertanyaan	<i>Correction Item Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	1	0,299	0,1305	Valid
	2	0,280	0,1305	Valid
	3	0,313	0,1305	Valid
	4	0,389	0,1305	Valid
	5	0,303	0,1305	Valid
	6	0,279	0,1305	Valid
	7	0,343	0,1305	Valid
	8	0,338	0,1305	Valid
	9	0,346	0,1305	Valid
	10	0,314	0,1305	Valid
	11	0,355	0,1305	Valid
	12	0,343	0,1305	Valid
	13	0,372	0,1305	Valid
	14	0,444	0,1305	Valid
	15	0,350	0,1305	Valid
	16	0,365	0,1305	Valid

Sumber: data diolah 2019

Dari tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari setiap pertanyaan kualitas produk (X2) lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$). Maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah metode *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Reliabilitas
Kualitas Layanan	0,722	Reliabel
Kualitas Produk	0,663	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,612	Reliabel

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal atau tidaknya data maka dilakukan uji normalitas dengan melihat uji *Statistic Kolmogorov-Smirnov (KS)*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan >0,05,

jika nilai signifikan $<0,05$ maka data dinyatakan tidak normal. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90310848
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.037
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.633
Asymp. Sig. (2-tailed)		.818
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data diolah 2019

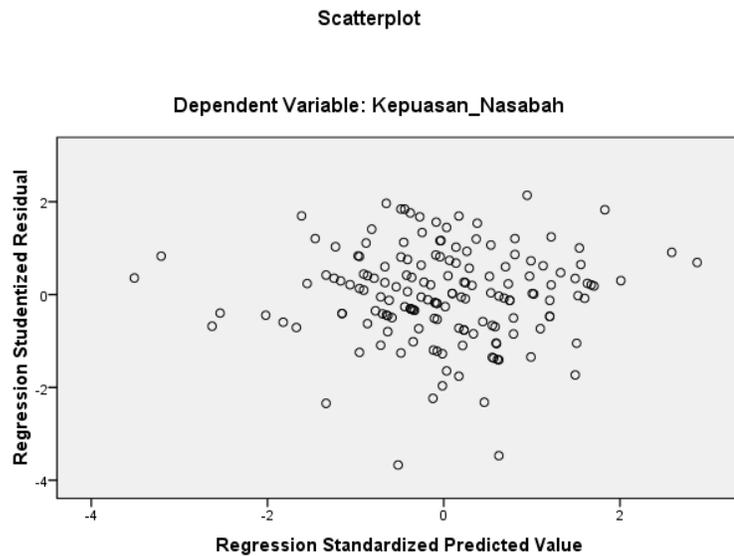
Dari hasil tabel 4.13 menunjukkan nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,818 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan ke uji asumsi klasik lainnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel independen dalam model.

Adapun hasil dari uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik tidak mengumpul dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*

(VIF). Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.909	2.277		.399	.690		
	Kualitas_Layanan	.235	.062	.340	3.787	.000	.501	1.997
	Kualitas_Produk	.200	.057	.313	3.480	.001	.501	1.997

a. Dependent Variable:
Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil tabel 4.14 menunjukkan hasil dari uji multikolinieritas nilai *Tolerance* kualitas layanan sebesar 0,50 dan nilai VIF sebesar 1,99 dan untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,501 dan nilai VIF sebesar 1,99. Dengan demikian dapat dilihat bahwa setiap variabel menunjukkan nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, dengan demikian variabel

independen (kualitas layanan dan kualitas produk) dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kepuasan nasabah.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Adapun hasil dari uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Nilai Test For Linierity
Variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Nasabah

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Nasabah * Kualitas_Produk	Between Groups	(Combined)	887.057	27	32.854	3.551	.000
		Linearity	645.904	1	645.904	69.811	.000
		Deviation from Linearity	241.153	26	9.275	1.002	.470
	Within Groups		1221.287	132	9.252		
	Total		2108.344	159			

Sumber: Data diolah 2019

Pada tabel 4.15 diatas menunjukkan nilai *Sig Linierity* sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa terdapat

hubungan yang linier antara variabel kualitas produk (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4.16
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.909	2.277		.399	.690
	Kualitas_Layanan	.235	.062	.340	3.787	.000
	Kualitas_Produk	.200	.057	.313	3.480	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,480 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,480 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ maka variabel kualitas produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

E. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.909	2.277		.399	.690
	Kualitas_Layanan	.235	.062	.340	3.787	.000
	Kualitas_Produk	.200	.057	.313	3.480	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: data diolah 2019

Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Nasabah} = 0,909 + 0,235 \text{ Kualitas Layanan} + 0,200 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,909 yang berarti bahwa tanpa adanya kualitas layanan dan kualitas produk, maka kepuasan nasabah hanya bernilai 0,909. Hal ini berarti tanpa adanya nilai dari kualitas layanan dan kualitas produk maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri akan meningkat sebesar 0,909.
 - b. Koefisien X_1 (Kualitas Layanan) sebesar 0,235 bernilai positif, antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah menyatakan jika kualitas layanan mengalami peningkatan 1% maka kualitas layanan dan kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,235. Karena nilai koefisien regresi tersebut bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif
 - c. Koefisien X_2 (Kualitas Produk) sebesar 0,200 bernilai positif, antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah menyatakan jika kualitas produk mengalami peningkatan 1% maka kualitas layanan dan kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,200. Karena nilai koefisien regresi tersebut bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah adalah positif.
2. Uji F (Simultan)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model (Uji Anova), yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.18
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	768.286	2	384.143	45.006	.000 ^a
	Residual	1340.058	157	8.535		
	Total	2108.344	159			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah 2019

Pada tabel 4.18 diatas hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} 45,006 dan nilai signifikansi 0,000.

$$df = (n-k)$$

$$df = (160-3) = 157$$

Sehingga didapat hasil F_{tabel} sebesar 3,05. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,006 > 3,05$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu ($0,00 < 0,05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan seluruh variabel independen (Kualitas Layanan dan Kualitas Produk) memiliki pengaruh yang simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Adapun hasil dari analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.364	.356	2.922

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Layanan

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,356 atau 35,6%, maka dapat dikatakan variabel independen (kualitas layanan dan kualitas produk) berpengaruh sebesar 0,356 atau 35,6% terhadap variabel dependen. Dan sebesar 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) kualitas layanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,878 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,878 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.
2. Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,480 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,480 > 1,65443$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,01 < 0,05$) maka variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.
3. Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) memperoleh nilai F_{hitung} sebesar 45,006 dan F_{tabel} sebesar 3,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,006 > 3,05$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu ($0,00 < 0,05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka seluruh variabel X (kualitas layanan dan kualitas produk) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak bank

- a) Bank Syariah Mandiri diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan agar dapat terciptanya kepuasan nasabah sehingga menyebabkan loyalitas di Bank Syariah Mandiri KC Palembang itu sendiri.
- b) Bank Syariah Mandiri diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dengan cara menambah fitur dan inovasi agar dapat menarik perhatian dari nasabah Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat topik yang sama dengan penelitian ini. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas instrumen yang akan diteliti sehingga hasil yang diperoleh akan lebih baik dan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri ,Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2014 *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Basuki Agus Tri dan Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hartono. 2014. *SPSS 16.0: Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasmir. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Press.
- Kasmir. 2016. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Noor,Juliansyah. 2015. *Metode Penelitian*, Jakarta: Pranadamedia Group.
- Siregar ,Sofyan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri.
- Siregar,Sofyan. 2014. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sjahdeini, Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenamedia Group.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna.2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Yusuf ,Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri.

- Zainal, Veithzal Rivai dkk. 2017. *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, I Gede Merta Sudiarta. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7 No, 8: 4557-4558
- Conny Sondakh. 2014. *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tabung BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1: 20
- Dita Putri Anggraeni dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 37 No.1:171
- Dwi Aliyyah Apriyani, Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No. 2: 3
- Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, dan Imelda W.J Ogi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Branch Manager)* Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1:117

- Galih Arief Prakosa, Udi Subakti Ciptomulyo, Fuad Achmadi. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna KASMDI KBS*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 11, No. 3 :286
- Mexano Hans Gery, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen The Aliga Hotel Padang*. Jurnal Menara Ilmu. Vol 12 No. 3. 2018. Hal 13
- Natalia Ribka Lumempow., Silvy Mandey., Jopie Jorie Rotinsulu. 2015. *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*.Jurnal EMBA Vol.3, N0.3:1285
- Nel Arianty. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02:79
- Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, Agung Suwandar. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1:121-122
- Ilham Rahmat. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*. Skripsi.

www.spssindonesia.com

www.syariahmandiri.ac.id