

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG PALEMBANG
KM 3,5**



**Oleh :
Amin Rasyid
13190014**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang untuk memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

PALEMBANG

2017



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

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

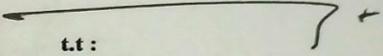
Formulir E.4

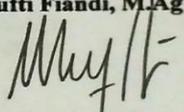
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

Nama : Amin Rasyid
Nim/Jurusan : 13190014/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap
Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang
Palembang Km 3,5

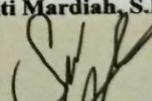
Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 29 Agustus 2017

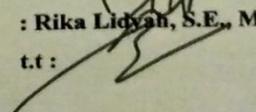
PANITIA UJIAN SKRIPSI

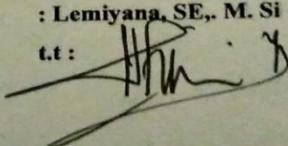
Tanggal Pembimbing Utama : Dinul Alfian Akbar, SE., M.Si
t.t : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Mufti Fiandi, M.Ag
t.t : 

Tanggal Penguji Utama : Dr. Zainal Berlian, SH., MM., DBA
t.t : 

Tanggal Penguji Kedua : Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh
t.t : 

Tanggal Ketua : Rika Lidyan, S.E., M.Si, Ak, CA
t.t : 

Tanggal Sekretaris : Lemiyana, SE., M. Si
t.t : 



UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

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

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

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang KM 3,5

Ditulis oleh : Amin Rasyid

NIM : 13190014

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E).

Palémbang, Oktober 2017

Dekan,



Dr. Qodariah Barkah, M.H.I

NIP : 197011261997032002

NOTA DINAS

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

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang Jl. Sudirman KM 3,5"

Yang ditulis oleh:

Nama : Amin Rasyid
NIM : 13190014
Program : S1 Ekonomi Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

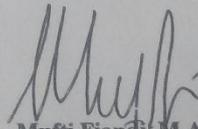
Palembang, Juli 2017

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Kedua,



Mufti Fandi, M.Ag.
NIP. 197605252007101005

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amin Rasyid

NIM : 13190014

Jenjang : SI Ekonomi Islam

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Juli 2017

Saya yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
A7B2AEF680923962
5000
RUPIAH

Amin Rasyid

NIM: 13190014

Abstrak

Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci menentukan pelanggan yang puas terhadap suatu produk cenderung untuk membeli ulang produk tersebut bilamana kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sedangkan Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan produk ini adalah dimensi global, Kualitas produk juga merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *probability sampling*, menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji regresi simultan (Uji F) dan uji regresi parsial (Uji T). Proses perhitungan dibantu program aplikasi *software SPSS 16.0*.

Hasil penelitian di lapangan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil uji parsial analisis regresi X_1 kualitas pelayanan di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 8,540 $> t_{table}$ 1,984) artinya H_0 ditolak, dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji parsial analisis regresi X_2 kualitas produk di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 3,501 $> t_{table}$ 1,984), jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah cabang Palembang

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB—LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	A	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	-
ت	Ta'	T	-
ث	Tsa'	Ts	s dengan titik di atas
ج	Jim	J	-
ح	Ha	H	h dengan titik di bawah
خ	Kha'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Dzal	Dz	z dengan titik di atas
ر	Ra'	R	-
ز	Za'	Z	-
س	Sin	S	-
ش	Syin	Sy	-
ص	Shad	Sh	s dengan titik di bawah
ض	Dhad	Dh	d dengan titik dibawah
ط	Tha'	Th	t dengan titik di bawah
ظ	Zha'	Zh	z dengan titik di bawah
ع	`Ain	`A	koma terbalik di atas
غ	Ghain	Gh	-
ف	Fa'	F	-
ق	Qaf	Q	-
ك	Kaf	K	-
ل	Lam	L	-
م	Mim	M	-
ن	Nun	N	-
و	Wau	W	-
ه	Ha'	H	-
ء	Hamzah	A	Apostrof
ي	Ya'	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (tasydid) ditulis rangka p

Contoh:

مقدمة : muqaddimah

رأى المنوينة المد : al- madī nah al- munawwarah

C. Ta>` Marbûthah *di akhir kata*

1. Bila dimatikan (ta` marbûthah sukun) ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

بِعِبَادَةٍ : ditulis *bi 'ibâdah*.

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (ta` marbûthah sambung) ditulis t

بِعِبَادَةِ رَبِّهِ : ditulis *bi 'ibâdat_t rabbih*.

D. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (---) = a
- b. Kasrah (--) = i
- c. Dhammah (---) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي --) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و --) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (ا---) = a
- b. (ي---) = i
- c. (و---) = u

E. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمْد“ ditulis *al-ḥamd*
2. *Al syamsîyah* contohnya: “النمل” ditulis *al-naml*

F. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

G. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

H. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
hal.	=	halaman
Swt.	=	<i>subhânahu wa ta‘âlâ</i>
saw.	=	<i>sallallâh ‘alaihi wa sallam</i>
QS	=	al-Qur`ân Surat
HR	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

I. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

MOTTO :

Apa yang Allah SWT berikan bagi hamba-Nya yang beriman adalah yang terbaik, meski tampak sulit, berat, atau memerlukan pengorbanan harta, kedudukan, jabatan, keluarga, anak, atau bahkan lenyapnya dunia dan seisinya.

(Abdullah Azzam)

PERSEMBAHKAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- *Kedua orang tuaku tersayang, Bapak Mu'aini dan Ibu Nasiroh*
- *Saudaraku (Herlina, S.Ag., Musni A.Md., Dedek Firmansyah, Alian Fitri, Aulia Rahmi, S.Ag., Srimaharani, S.Pd., dan Rizalan Nuari)*
- *Sepupuku (Mustaqim, SE, Habibullah, Rasyid Ridhoo)*
- *Keluarga besarku*
- *Teman-teman seperjuangan EKI 1 2013*
- *Kawan-kawan Kacipu kel-9*
- *Almamater*

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BNI Sayriah kantor cabang Palembang KM 3,5” shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga besar dan segenap pengikutnya hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan sesuai rencana, maka sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orangtuaku, Bapak Mu’aini Abunawas dan Ibu Nasiroh yang telah memberikan kasih sayang, atas semua dukungan baik moril maupun materil dan do’a yang tak henti selalu menyertaiku.
2. Bapak Prof. Drs. H. Muhammad Sirozi, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dr. Qadariyah Barkah, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Titin Hartini, SE.,M. Si. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

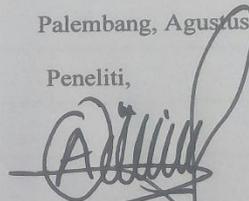
5. Bapak Dinul Alfian Akbar, SE., M.Si. selaku pembimbing utama dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak Mufti Fiandi, M.Ag. selaku pembimbing kedua dalam penyelesaian skripsi.
7. Staf dan dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Saudara-saudaraku (Herlina, S.Ag., Musni, A.Md., Dedek Firmansyah, Alian Fitri, Aulia Rahmi, S.Ag., Srimaharani, S.Pd., dan Rizalan Nuari) yang telah memberikan semangat dan do'a demi kesuksesan penulis.
9. Keponakan tersayang (Arina Nurul Izzah, M. Taufiqurrahman, Dwi Nasya Ramadhila, Syakila Ramadhani, Radita Khairun Nissa, Alfarizi, Al Ghazali, Akhdan Fahri Azhari, dan Salsabila Safitri) yang telah menjadi penghilang lelah penulis di rumah.
10. Semua keluarga besarku (Kedua Makdeku, Bik Dahniar, Mang Poniran, Sepupuku, Mustaqim, SE., Habibullah, dan Rasyid Ridho) dan saudara iparku (Munzirin, S.Pd., Lela Amalia, Ani Sopiah, Yuk Inem, Baddruzzaman, dan Dela).
11. Teman baikku (Aliman Hadi, Ahmad Rendi, Abdul Hakim, Al Badawi, Aminah Hidayati, Arlin Fitria, Hilda Sakinah, Era Fazira) yang telah menjadi sahabat baik penulis dan teman *sharing* ilmu, kalian tidak akan terlupakan.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis hingga skripsi ini selesai.

Akhirnya “tiada gading yang tak retak”, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, Penulis memohon kepada Allah SWT, semoga penulisan Skripsi ini dan segala bantuan dari semua pihak dapat menjadi amal shaleh dan bermanfaat bagi peneliti pribadi dan pembaca sekalian. Aamiin

Palembang, Agustus 2017

Peneliti,



AMIN RAS YID

NIM : 13190014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORIDAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Definisi Kualitas pelayanan	10
2. Kualitas Pelayanan Jasa Bank.....	15
3. Dasar-dasar Pelayan.....	18
4. Kualitas Produk.....	19
5. Kepuasan Nasabah	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah	26
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah.....	29
D. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan waktu	32
C. Sumber Data.....	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Metode Pengumpulan Data	34
F. Definisi Operasional	35
G. Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	36

H. Teknik Analisis Data	37
1. Uji Asumsi Klasik	37
a. Uji Normalitas	37
b. Uji Linearitas	37
c. Uji Multikolinearitas	38
d. Uji Heteroskedastisitas.....	38
I. Regresi Linear Berganda	39
J. Pengujian Hipotesis	40
1. Uji Signifikan Simultan (Uji t)	40
2. Uji Signifikan Parsial (Uji F).....	40
3. Uji Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Karakteristik Responden	42
B. Hasil Penelitian	44
1. Uji Instrumen Penelitian	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Multikolinearitas	48
c. Uji Heteroskedastisitas.....	49
d. Uji Linearitas	50

3. Analisis Regresi Linear Berganda	51
C. Pengujian Hipotesis	53
1 Uji Signifikan Parsial (Uji F).....	53
2. Uji Signifikan Simultan (Uji t).	54
D. Pembahasan Hasil Penelitian	56
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah	56
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Simpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Reseach Gap</i> Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	5
Tabel 1.2 <i>Reseach Gap</i> Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian terdahulu Kualitas Pelayanan	28
Tabel 2.2 Ringkasan penelitian terdahulu Kualitas Produk	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional	35
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	43
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	44
Tabel 4.5 Uji Validitas variabel kualitas pelayanan (X_1).....	45
Tabel 4.6 Uji Validitas variabel kualitas produk (X_2)	45
Tabel 4.7 Uji Validitas kepuasan (Y).....	46
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas variabel X dan Y	47
Tabel 4.9 Nilai Uji Normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Gletser	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas menggunakan Metode Anova Tabel	51
Tabel 4.13 Hasil perhitungan Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.14 Analisis Koefesien Determinasai	52
Tabel 4.15 Hasil Uji F	53
Tabel 4.16 Hasil Uji t	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	31
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata.....	65
Lampiran 2 Sertifikat Magang BNI Syariah Palembang	66
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner.....	71
Lampiran 5 Hasil Karakteristik Responden	78
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	80
Lampiran 7 Hasil Uji Realibilitas	82
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas.....	83
Lampiran 9 Hasil Uji Linearitas.....	84
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Berganda	86
Lampiran 11 Formulir c	88
Lampiran 12 Daftar Konsultasi.....	89
Lampiran 13 Tabel R	90
Lampiran 14 Tabel T	92
Lampiran 15 Tabel F	93
Lampiran 16 Formulir D2	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan dunia. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.¹

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya saat ia membeli atau menggunakan suatu produk, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang mereka terima setelah menggunakan produk yang di beli.²

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan jasa dengan harapan-harapannya.³ Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya saat ia membeli atau menggunakan suatu poduk, sedangkan kinerja yang

¹ Ratih Hardiyanti, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.(Jakarta : Kencana2005) hal 11.

² Sangadji , Etta dan Sopiah, *Prilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai himpunanJurnal Penelitian*.(Yogyakarta :CV.andi offset,2013) hal. 181

³ Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*,(Jakarta: Zikrul Hakim,2007) hal 32

dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang mereka terima saat di beli, kepuasan nasabah dapat terpenuhi apabila nasabah memperoleh apa yang mereka inginkan terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan.

Semakin banyaknya perbankan syariah di Indonesia maka persaingan antara perbankan semakin kuat dan kompetitif. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan adalah hal yang sangat paling penting diutamakan untuk bisa memberikan kepuasan pada pelangganya.

Konsep yang dilakukan perusahaan keuangan terutama pada Bank Syariah harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh lini produk jasanya dengan tidak melupakan konsep Ekonomi Islam melalui produk yang ditawarkannya. Hal itu juga yang selalu ditingkatkan oleh Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang km 3.5.

Bank BNI merupakan perluasan jasa perbankan dan memiliki produk barang dan jasa berdasarkan prinsip syariah. Masyarakat lebih dulu mengenal Bank BNI dengan sistem konvensional. Kemudian seiring berkembangnya jasa perbankan akhirnya lebih menganut sistem syariah sebagai mana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat indonesia yang mayoritas muslim.⁴

Upaya yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang untuk menumbuhkan sikap loyal pada nasabah yaitu dengan memberikan kualitas dengan berdasarkan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari

⁴ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. *Bank dan lembaga keuangan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012) hal 216

tangibles (kemampuan fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian).⁵

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan akan keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelanggan juga bergantung oleh beberapa hal yaitu, sistem, teknologi dan manusia.⁶ Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai tolak ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁷

Meningkatnya intensitas persaingan pesaing tidak menentu, perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing, dengan demikian hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Untuk menanggapi persaingan yang semakin tinggi pada dunia perbankan, mengharuskan pada pihak manajemen untuk selalu memberikan inovasi guna mempertahankan nasabahnya sehingga menjadi nasabah yang loyal terhadap Bank. Dalam usaha mempertahankan nasabah yaitu melalui

⁵ M.Nur Rianto, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* (Bandung:Alpabheta.2012) hal.221

⁶ Kotler, Philip dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Jilid 1. (Jakarta : Prenhalindo.2010) hal 430

⁷ Fendy Tjiptono Dan Gregious Chandra, *Service Citra Wisata dan Selfcation* (Yogyakarta :Andi .2009) hal 12

konsep pelayanan dan pemenuhan kebutuhan dalam mengimbangi persaingan produk suatu perusahaan.

Kualitas produk merupakan salah satu dari beberapa kepentingan yang akan menilai suatu perusahaan terhadap hubungan dengan nasabahnya, jika produk tersebut dapat memberikan kepuasan maka nasabah tidak akan berpaling mencari produk lain. Kualitas produk juga merupakan penggerak dan menjadi dimensi global.⁸ Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara yang dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan dan kepuasan terhadap produk yang bersangkutan.⁹

Upaya yang dapat dilakukan PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang untuk menumbuhkan kepuasan pada nasabah yaitu dengan memberikan kualitas dengan baik berdasarkan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan empathy*.¹⁰

Lima dimensi yang dirancang mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan kinerja yang lain dirasakan konsumen yaitu : *Tangibles* (kemampuan fisik), *Reability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap/kesigapan), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (perhatian).

⁸ Darmanto Duriyanto, 2004 "Consumer Perception Of Price, Quality Of Value Means and Model, *Journal Of Marketing*. vol 52 july

⁹ Rika Dwi Harsasi 2013, *Pengaruh Kualitas Serta Minat Akan Kepuasan Nasabah*. (Bandung: Alfabeta, 2013) hal.55

¹⁰ M.Nur Riantio. *Dasar-dasar pemasaran banksyariah*. (Bandung: Alfabeta. 2012) hal.221

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari kedua variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
***Research Gap* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	1. Rachmad Hidayat 2. Moch Syaepul Mukarom
	Tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	1. Viona Apriliya 2. Nurul Qomariah

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang diteliti oleh Rachmad Hidayat dan Moch Syaepul Mukarom menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Viona Apriliya dan Nurul Qomariah yang menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.2
***Research Gap* Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	1. Melissa Tanuwijaya 2. Racmad Hidayat
	Tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	1. Ikha Mariana Zulaikha 2. Andy Setia Sanyoko

Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah yang diteliti oleh Melissa Tanuwijaya dan Racmad Hidayat menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Viona Ikha Mariana Zulaikha dan Andy Setia Sanyoko yang menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini dapat diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan bahwa tidak selalu penelitian tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah, semua tergantung pelayanan dan kualitas produk yang diterapkan oleh masing-masing suatu perusahaan. Apabila pelayanan dan kualitas produk yang diterapkan baik maka nasabah atau pelanggan akan puas dengan kinerja perusahaan tersebut sehingga para nasabah atau pelanggan akan menjadi loyal untuk menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan uraian dan *research gap* diatas, maka dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul tentang “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG PALEMBANG KM 3,5** ”

B. Rumusan Masalah.

1. Apa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasannasabah pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang?
2. Apa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang?

C. Batasan Masalah

Agar penulisan penelitian ini lebih terarah dan tidak melebar dari topik, serta keterbatasan yang ada, maka penulis perlu membuat batasan masalah, pembahasan tersebut hanya mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan antara lain:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti dapat mengetahui mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

2. Bagi Pihak PT. Bank BNI Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan atau menetapkan kebijakan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan menambah wawasan serta pengetahuan khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

F. Sistematika Penulisan

Ini terdiri dari lima bab yaitu:

Bab 1 Bab satu, merupakan pendahuluan yang mencakup Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Metode Penelitian, Kerangka Teori, Dan Hipotesis, Sistematika Penulisan.

Bab II Bab dua, terdiri dari landasan toeri, pengertian kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan serta penelitian terdahulu.

Bab III Bab tiga, terdiri dari definisi Operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode penarikan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian dan teknik analisis.

Bab VII Bab empat pembahasan berisi deksripsi tempat penelitian, uji validitas dan reabilitas uji asusmsi klasik, analisis regresi sederhana, uji f signifikan, uji t koefisien determinasi R^2 dan hasil penelitian.

Bab V Bab lima penutup dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan juga tergantung oleh beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia.¹¹ Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai tolak ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.¹² Berdasarkan definisi di atas kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan.

Untuk pengertian selanjutnya. "kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.¹³ Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan nasabah dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta dapat mempengaruhi dari loyalitas nasabah. Islam telah mengajarkan bila

¹¹ Kotler, philip dan armstrong, *Dasar-dasar pemasaran*, edisi bahasa Indonesia. jilid 1. (Jakarta :Prenhalindo 2001) hal 430

¹² Fendy Tjipto dan Gregious Chandra, *servisve citra wisata dan setfcation* (Yogyakarta: Andi 2009) hal 12

¹³ Rahmat lupyandi, *Manajemen Pemasaran Jasa TeoriDan Praktik.*(Jakarta : Salemba Empat ,2008) hal 148

ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang terbaik yang berkualitas, bukan yang buruk yang tidak di anjurkan dalam Islam. Seperti dijelaskan dalam surat Albaqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya:

“Hai orang-orang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil yang baik-baik dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memancing mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.” (Qs. Al baqarah :267)

Dalam berbisnis dilandasi oleh pokok kepribadian yang amanah dan kepercayaan serta mengetahui keterampilan yang bagus, adapun pelayanan dalam Islam itu adalah :¹⁴

¹⁴ Didin Hafinudin dan Hendri Tanjung. *Manajemen syari'ah dalam praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2008) hal 56

1. Shidiq

Yaitu benar dan jujur tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan sebagainya.

2. Kreatif, berani dan percaya diri.

Ketiga hal itu mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis.

3. Amanah dan fhatanah

Merupakan kata yang diterjemahkan dalam nilai bisnis dalam menejemen bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, dan memiliki visi.

4. Tablig

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, istilah ini diterjemahkan dalam bahasa menejemen sebagai sampel, cerdas, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.

5. Istiqamah

Yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan godaan dan tantangan.

- a. Kualitas pelayanan dilihat dari perspektif Ekonomi Islam

Dalam pandangan Ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam selalu mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktifitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam islam tidak mengenal

bebas beraqidah dan kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai aqidah keyakinannya. Maka wajib baginya untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang ditetapkan. Oleh karena itu variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja namun menjadikan syariah sebagai standar penilain atas teori tersebut.

1. *Responsivnees* (Daya Tanggap)

Adalah kesiapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Firman Allah SWT mengatakan dalam surah (Al Hasrs :7) :

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

Artinya : *maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.*

2. *Reability* (Keadaan)

Adalah kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Allah SWT berfirman dalam surah (Al Ahzab :21)

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
 الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿١١٠﴾

Artinya : *Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang-orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan di banyak menyebut Allah.*

3. Assurance (Jaminan)

Adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaknya selalu memperhatikan etika komunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun kepercayaan pada konsumen. Allah SWT berfirman (Assyuarah : 181-182)

﴿ أَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾

﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾

Artinya : *Sempurnakan takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. (181). Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. (182).*

Kemudian dari pada itu karakteristik yang di berikan oleh Fandi Tjipto (2009 : 23) dalam mengartikan kualitas pelayanan adalah:¹⁵

a. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Maksudnya adalah jasa tidak dapat dilihat,dirasa, dicium, dan didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seorang jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengkonsumsi sendiri.

b. *Variability*(Berubah-Ubah)

Maksudnya adalah kualitas, bentuk, dan jenisnya beraneka ragam,tergantung pada siapa, kapan dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

c. *Inseparability* (Tidak Dapat Dipisahkan)

Maksudnya interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/pelayanan yang bersangkutan.

d. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Berarti jasa/pelayanan merupakan komoditas yang tidak tahan lama. Tidak dapat disimpan untuk memakai ulang diwaktu akan datang dijual kembali, dikembalikan.

2. Kualitas Pelayanan Jasa Bank

Apabila terkait dengan kualitas jasa pelayanan, ukurannya bukan hanya oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja. Tetapi banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati pelayanan

¹⁵Fandy tjipto.*Pirnsip-prinsip total quality*(Yogyakarta : Andi 2009) hal 15-24

sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan terbagi menjadi dua.¹⁶

a. Kualitas Pelayanan Internal

Yang berkaitan dengan interaksi jajaran dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

1. Pola manajemen perusahaan
2. Penyediaan perusahaan
3. Pengembangan sumber daya manusia
4. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
5. Pola intensif

b. Kualitas Pelayanan Eksternal

Mengenai kualitas pelayanan eksternal kualitas pelayanan ditentukan oleh faktor yaitu:

1. Berkaitan dengan penyediaan jasa
2. Berkaitan dengan barang

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas Bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabahnya antara lain sebagai berikut.¹⁷

1. Tidak melakukan perbuatan tercela
2. Memegang teguh amanah

¹⁶Wahjono. *Manajemen pemasaran bank, cetakan pertama.* (Yogyakarta : Graha ilmu. 2010) hal. 45-46

¹⁷ Ibid .hal.209

3. Menjaga nama baik Bank dan nasabah
4. Bermanfaat dan mempunyai rasa tanggung jawab
5. Sabar, namun dalam menghadapi permasalahan, seperti keluhan nasabah
6. Memiliki integritas artinya bertindak jujur dan tegas.
7. Manner, artinya tidak egois disiplin dan tidak kasar.

Sebagai Bank yang berwajah Islam hendaknya memiliki Karakteristik Bank Syariah.¹⁸ harus memiliki karakteristik yang harus di buat:

1. lembaga keuangan harus bersih dari semua jenis riba
2. mengarahkan segala kemampuan pada pertambahan dengan jalan pengembangan modal bukan dengan cara berhutang yang memberi keuntungan.
3. Meningkatkan pengembangan ekonomi dengan pertumbuhan sosial.
4. Mengumpulkan harta yang menganggur dan menyerahkan kepada aktivitas dan pengelolaan dengan proyek-proyek perdagangan, industri dll.
5. Memudahkan sarana pembayaran dan memperlancar gerakan pertukaran perdagangan langsung.

¹⁸.Nurul Ihsan Hasan,MA. *Perbankan Syariah* (Ciputat : Gp Press Group, 2014) hal 156-159

6. Menghidupkan tatanan zakat dalam bank sendiri yang menggumpulkan dana zakat bank tersebut.
7. Membangun Baitul Mal kaum muslimin dengan mendirikan lembaga untuk itu yang dikelola langsung oleh manajemennya.

3. Dasar-dasar Pelayanan

Agar pelayanan berkualitas dan melakukan keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan di mengerti oleh *custemerservice*, *pramuniaga*, *publicrelation*, satpam dan kasir.¹⁹

1. Berpakaian rapi dan berpenampilan menarik.
2. Karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sopan dan menarik, karyawan juga harus berpakaian rapi, bersih dan tidak kumal.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal Pada saat nasabah datang.

Islam telah mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang ataupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk kepada orang lain.

¹⁹ Hermawan Kertajaya, *Muhammad Syakir Sula Syariah Marketing* (Bandung: Mizan pustaka.2006) hal. 190-192

4. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan produk ini adalah dimensi global.²⁰ Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan benar-benar teruji dengan baik akan kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah produk itu sendiri.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan dan kepuasan terhadap produk yang bersangkutan.²¹

Suatu perusahaan dalam mempertimbangkan penerapan kualitas produk berhubungan dengan bagaimana perusahaan tersebut memposisikan dirinya dalam memahami nilai dasar pelanggan yang tercermin pada konsep kepuasan pelanggan yang kuat.²²

Menurut Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen

²⁰ Darmadi Duriyanto, 2004. "Consumer perception of price, quality of value means and model" *Journal of Marketing*, vol 52 July.

²¹ Rika Dwi Arsasi 2013. *Pengaruh kualitas produk serta minatan kepuasan nasabah*. (Bandung : Alfabeta, 2013) hal. 55

²² Andreani Fransisca, *Experial marketing (sebuah pendekatan pemasaran)*. *Jurnal manajemen pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2007) hal.1-8

untuk membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari.²³

1). *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita saat membeli produk.

2). *Durability* (Daya Tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.

3). *Features*(Fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah karakteristik konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau cirri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau *option* bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

4). *Reliability* (Reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam priode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

²³ Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Oreantasi Global*. (Jakarta: Erlangga, 2005) hal. 422

5). *Aesthetics* (Estetika) berhubungan dengan bagaimana penampilan produk dapat dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

5. Kepuasan Pelanggan

Engel at al dalam Mulyana²⁴ mendefenisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi jaminan mutu dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci menentukan pelanggan yang puas terhadap suatu produk cenderung untuk membeli ulang produk tersebut bilamana kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Sedangkan Kotler dalam Tjiptono²⁵ mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan harapannya. Dari defenisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah ketika harapan berasal dari pelanggan sesuai dengan kinerja yang pelanggan rasakan.

Kepuasan pelanggan sangat penting, karena secanggih apapun produknya, sehebat apapun promosinya, bila pelanggan tidak puas, maka produk itu tidak ada artinya.²⁶ Pelanggan yan puas adalah jaminan secara tidak langsung bagi kelangsungan hidup perusahaan, pelanggan yang puas juga memberikan peluang bagi terciptanya *income* yang terus menerus didapatkan. Harapan biasanya terbentuk dari pengalaman pembelian

²⁴Mulyana.2002 “*Kepuasan Pelanggan Sebagai Keunggulan Daya Saing*”. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.vol 3(2) hal. 95-103

²⁵Fandy Tjiptono,*Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Andi 2006) hal 353

²⁶Ishak Asmai. 2005. “*Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasranya*”. Edisi khusus jurnal siasat bisnis. vol.3 hal.11

terdahulu, informasi maupun janji pemasar dan pesaing. Kepuasan pelanggan memerlukan perhatian yang terlebih dahulu dari pelanggan. Pelanggan yang puas akan menguntungkan perusahaan.

Indikator kepuasan nasabah sebagaimana yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, yaitu:²⁷

1. Kepuasan Keseluruhan

Pelanggan langsung ditanya langsung seberapa puas dengan produk. Kepuasan diukur berdasarkan produk perusahaan bersangkutan dengan membandingkan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk pesaing.

2. Kepuasan Hasil yang didapat

Penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan konsumsi pelanggan.

3. Kepuasan Perbandingan antara Harapan dan Kenyataan

Jika kinerja atau kenyataan berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas tetapi jika kenyataan memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Jika kenyataan melebihi harapan, pelanggan merasa senang dan puas.

Adapun manfaat-manfaat yang dapat diraih ketika pelanggan merasa puas adalah sebagai berikut:

- a) Hubungan pelanggan dengan perusahaan menjadi harmonis
- b) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang

²⁷ Fandy Tjiptono. 2011. *Opcit* hal.353

- c) Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- d) Terciptanya rekomendasi dari mulut kemulut
- e) Reputasi menjadi baik di mata pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa study tentang pengaruh kualitas pelayanan yang pernah dilakukan yaitu:

Agustina,Vina. 2012 dengan judul Skripsi: "*Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan kualitas pelanggan Joglosemar bus*" yang menjelaskan: tentang kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan, hasil analisis menggunakan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan bus, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitasnya. Hasil analisis ini menggunakan koefisien determinasi yang berpengaruh pada keduanya.²⁸

Widiyanti, Nurul 2011 judul Jurnal "*Pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan di supermarket pepaya Darmo Surabaya*" menyatakan: Faktor kualitas layanan yang meliputi faktor tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara stimulan berpengaruh terhadap pelanggan pada supermarket pepaya Darmo Surabaya" terbukti benar hipotesis

²⁸ Vina Agustina," *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*".Skripsi (Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro 2012)

tersebut di terima variabel reability dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.²⁹

Normasari, selvy, Dkk. 2013 dengan judulJurnal : “ *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan (study kasus menginap di hotel Pelangi Malang)*. Yang menjelaskan : Kualitas pelayaan dan citra lembaga secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.³⁰

Prahastuti, Lina. 2011 dengan judul Skripsi: “ *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen indosat. (Study kasus pelanggan indosat di wilayah Semarang)*. Menjelas kan: hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen indosat, kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh besar 85,45% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan loyalitas pelanggan dipengaruhi 54,4% oleh kepuasan konsumen.³¹

²⁹ Nurul widiyanti.2011 “ *Pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan di supermarket pepaya Darmo Surabaya*” jurnal akutansi, manejemen bisnis.dan sektorpublik.vol.7 (3)

³⁰ Selvy Normasari,dkk.”*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitasa pelanggan (hotel pelangi Malang)*”. Jurnal (Malang: Fakultas Ilmu Admistrasi Universitas Brawija Malang 2013)

³¹ Lina Prhastuti.” *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsu men indosat*”,Skripsi (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro,2011)

Aryani, Dwi. Dkk. 2010 dengan judul Jurnal : *“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan ”* menjelaskan : hasil penelitian menunjukkan bahwa ada lima dimensi dalam memebentuk kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tanggibility*. selain itu hasil penelitian berpengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa UI.³²

Mukarom, Moch Syaepul 2012 dengan judul Skripsi: *“Analisis pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah (Study kasus nasabah Bank BRI cabang Pendanaan Semarang)”* yang menjelaskan : bahwa variabel nilai nasabah dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.³³

Qomariah, Nurul 2011 dengan Jurnal *“Pengaruh kualitas layanan dan citra instuti terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan”* menjelaskan : kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh pihak lembaga pendidikan Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur belum mampu meningkatkan

³²Dwi Aryani *“Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas nasabah : Jurnal, (Jakarta: Program Studi Ilmu Adminstrasi Depatemen FISIP. Universitas Indonesia 2010)*

³³ Moch Syaepul Mukarom *“Analisis pengaruh nilai nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyaitas nasabah”,Skripsi (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro,2012)*

kepuasan mahasiswa, sedangkan nama instuti baik dari suatu organsasi dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa. Penanaman nilai-nilai keislaman merupakan ciri dari Universitas Islam.³⁴

Jahroni 2009 dengan Jurnal “ *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan komitmen, kepercayaan pada bank central Asia tbk.*” Yang menyatakan: ada pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan melalui komitmen dan melalui kepercayaan pada bank central Asia tbk cabang Veteran Surabaya.³⁵

Wulandari,alinda 2016 dengan judul “*pengaruh kualitas pelayanan dan produk ib hasanah terhadap kepuasan pelanggan pada bank Bni syariah palembang*” menjelaskan pengaruh positif menunjukan hubungan yang searah terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh kualitas pelayanan dan variabel produk IB hasanah mampu menejlaskan kepuasan nasabah sebesar 0,546% sedangkan sisanya dijelaskan vaiabel lain yang tidak dibahas.³⁶

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari

³⁴ Nurul Qomariah “ *Pengaruh kualitas layanan dan citra instuti terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (study pada Universtas Muhammadiyah di Jawa Timur)*” Jurnal (Jember : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.2012)

³⁵ Jahroni.2009 *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan, komitmen, kepercayaan pada bank central Asia tbk*” jurnal akutansi,Manajemen Bisnis dan Sektor Publik

³⁶Alinda wulandari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Ib Hasanah Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Palembang*.Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)

kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan juga tergantung oleh beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia.³⁷ Dari faktor manusia sangat memegang konstribusi terbesar dari kualitas terhadap perusahaan.” Kualitas jasa sebagai tolak ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspestasi pelanggan.³⁸

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani, Dkk (2010) dengan judul Jurnal : *“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan ”* dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa UI.³⁹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Moch SyaepulMukarom, (2012) dengan judul Skripsi: *“Analisis pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah (Study kasus nasabah Bank BRI cabang Pendanaran Semarang)”* dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁴⁰

³⁷ Kotler, philip dan armstrong, *Dasar-dasar pemasaran*, edisi bahasa indonesia. jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.2001 hal 430

³⁸ Fendy Tjipto dan Gregious Chandra, *servisve citra wisata dan sefcatation* (yogyakarta:andi, 2009) hal 12

³⁹ Dwi Aryani *“Pengaruh kuaitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membent uk loyalitas nasabah : Jurnal*, (Jakarta : Program Studi Ilmu Adminstrasi Depatemen FISIP. Unive rsitas Indonesia 2010)

⁴⁰ Moch Syaepul Mukarom *“Analisis pengaruh nilai nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyaitas nasabah”*,Skripsi (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro,2012)

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan
Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Nama Peneliti/judul	Hasil Penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Dwi Aryani, Dkk (2010) /Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan	kualitas pelayanan berpengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa UI. ⁴¹	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan Variabel Independen dan dependen 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian
2.	Moch SyaepulMukarom, (2012) / Analisis pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasannasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah (Study kasus nasabah Bank BRI cabang Pendadaran Semarang)	kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah,kemudian kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. ⁴²	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan Variabel Independen dan dependen 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian

Dari uraian diatas dapat maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah

⁴¹Dwi Aryani “Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas nasabah : Jurnal, (Jakarta : Program Studi Ilmu Adminstrasi Depatemen FISIP. Univer sitas Indonesia 2010)

⁴² Moch Syaepul Mukarom “Analisis pengaruh nilai nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyaitas nasabah”,Skripsi (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro,2012)

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan produk ini adalah dimensi global.⁴³ Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan benar-benar teruji dengan baik akan kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah produk itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiringdkk, (2014) dengan judul Jurnal : *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang) ”* dapat disimpulkan bahwa secara langsung terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Z).⁴⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Melissa Tanuwijaya, (2013) dengan judul Jurnal : *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy ”* dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁴⁵

⁴³ Darmadi durianto, 2004.” *Consumer perception of price, quality of value means and model”* journal of marketing.vol 52 july.

⁴⁴Inka Janita Sembiringdkk. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang).* Malang : Jurnal Administrasi Bisnis. 2014 Vol 15 (1)

⁴⁵Melissa Tanuwijaya, *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy,* Surabaya : Jurnal Neo-bus, 2013. Vol 7 (1)

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan positif Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Nama Peneliti/judul	Hasil Penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Inka Janita Sembiringdkk, (2010)/Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang).	Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan analisis regresi berganda • Variabel independen dan independen yang sama 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian
2.	Melissa Tanuwijaya, (2013)/ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy	Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan analisis regresi berganda • Variabel independen dan independen yang sama 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian

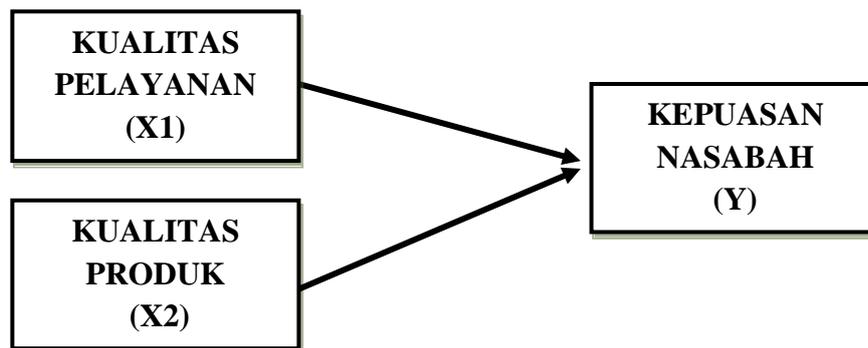
Dari uraian diatas dapat maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.

D. Kerangka Pemikiran

Sebagai dasar dalam pemikiran untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dalam penelitian ini, maka digunakan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut ini:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Dari gambar 2.3 diatas, dapat dijelaskan terdapat variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Selanjutnya, terdapat variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Berdsarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti bertujuan untuk memfokuskan pada pembahasan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diterapkan oleh bank PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang terhadap kepuasan nasabah.

Dari telah pustaka diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah

H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisa berdasarkan produk statistik.⁴⁶

B. Tempat dan waktu

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang, Jl. Jendral Sudirman KM 3,5. Waktu penelitian akan dilakukan dengan batas waktu yang belum ditentukan sesuai dengan data yang akan didapatkan nantinya.

C. Sumber data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah

1. Sumber Data

a. Data primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data ini diperoleh dengan cara melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner kepada responden. Data primer yang ada

⁴⁶ Juliansyah Noor. *Metodelogi penelitian* (Skripsi, Tesis, disertasi dan karya ilmiah). (Jakarta : Prenademia Group.2011) hal 124

dalam penelitian ini merupakan hasil jawaban dari kuesioner yang di sebarakan kepada konsumen. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

b. Data skunder

Data skunder didapat dari literatur,dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadapkepuasan nasabah pada PT.Bank BNI syariah Palembang.

D. Populasi dan Sampel Data

1. Populasi

Menurut Sugiyono⁴⁷, populasi adalah wilayah generalisasi dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi di Bank BNI Syariah Palembang

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi.⁴⁸ Sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank BNI Syariah cabang Palembang yaitu sebanyak 100 orang. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling Insidental.sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel

⁴⁷*Ibid.*

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*(Bandung :Alfabeta,2010). hal 81

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁹

E. Metode pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak yang berkompeten atau berwenang untuk memberikan informasi dan keterangan yang dibutuhkan peneliti

2. Angket

Penyebaran angket/kuisisioner kepada responden dalam hal ini adalah nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Palembang. Untuk memudahkan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan dari penulis, penulis menggunakan skala *likert*. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala *likert* yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

- | | | |
|----|--------------------------|---------------|
| 1. | SS = sangat setuju | diberi skor 5 |
| 2. | S= setuju | diberi skor 4 |
| 3. | KS =kurang setuju | diberi skor 3 |
| 4. | TS=tidak setuju | diberi skor 2 |
| 5. | STS =sangat tidak setuju | diberi skor 1 |

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*(Bandung :Alfabeta,2010). hal 124

F. Definisi Oprasional

Definisi Oprasional variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Variabel kualitas pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan penilaian atau tolak ukur dari para nasabah terhadap pelayanan, kinerja ataupun produk dari suatu perusahaan atau lembaga lainya secara menyeluruh.

2. Variabel kualitas produk (X2)

Kualitas produk merupakan suatu standarisasi untuk sebuah produk yang menjadi penentu pemilihan oleh konsumen nantinya. Produk yang ditawarkan benar-benar teruji dengan baik akan kualitasnya. Karena bagi konsumen yang di utamakan adalah produk itu sendiri.

3. Variabel kepuasan nasabah (Y)

kepuasan nasabah merupakan (kesetian) tindakan nasabah atau pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1. Betuk fisik 2. Keandalan (reability) 3. Ketanggapan (responsivenes) 4. Jaminan (asurance) 5. Kepedulian (emphaty)	Skala Likert
2.	Kualitas Produk (X2)	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Keistimewaan tambahan 4. RealibilitasEstetika	Skala Likert

3.	Kepuasan nasabah (Y)	1. kehandalan dalam pelayanan 2. Jaminan dalam pelayanan 3. Sikap 4. Kebersihan dan kenyamanan	Skala Likert
----	----------------------	---	--------------

G. Intrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pada setiap pengukuran selalu diharapkan diperoleh hasil ukur yang akurat dan objektif. Salah satu upaya untuk mencapainya adalah alat ukur yang digunakan harus valid. Uji validitas digunakan untuk mendapatkan validitas yang tinggi dari instrumen penelitian sehingga bisa memenuhi persyaratan. Uji validitas menggunakan koefisien korelasi *pearson correlation* yang diperoleh melalui analisa data yang menggunakan SPSS *version 16.0 for windows*. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0.1966, yang diperoleh melalui analisis data dengan menggunakan SPSS *version 16.0 for windows*.⁵⁰ Item-item dalam skala yang memiliki validitas yang baik dan realibel akan digunakan untuk mengukur.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reabilitas menunjukkan kemantapan / konsisten, apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil sama, dalam kondisi yang sama.⁵¹ Ada suatu nilai ketentuan

⁵⁰ Sugiono, Opcit, hal. 179-188

⁵¹ Juliansyah Noor. opcit 130-131

untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu kontruksi dikatakan reabel jika memiliki *cronbach alpha* >0.60 .⁵²

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas Data

Alat diagnostik digunakan untuk menjelaskan normalitas data dapat dilihat pada grafik NORMAL P-P PLOT yang menunjukkan suatu distribusi data. Data dengan distribusi normal akan menyebar mendekati garis diagonal dan mengikuti alur kekanan atas.

Alat diagnostik yang digunakan dalam memeriksa data yang memiliki distribusi normal dengan menggunakan *one sample kolmogrov smirnov*. Uji kolmogrov, dapat diketahui bahwa unstandardized residual memiliki nilai signifikan lebih besar dari ($>$) 0,05. Nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih besar 0,05 maka dari itu hasil penelitian ini diterima.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linear atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian SPSS dengan menggunakan *test of linearity* dengan taraf signifikan 0,05.

⁵² Albert Kurniawan .2014.*Metode Riset Untuk Ekonomi &Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* Bandung :Alphabeta.hal 102-103

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikan lebih dari 0,05.⁵³

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksiran atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai determinasi akan menjadi sangat tinggi.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots regresi*. jika titik-titik menyebar dengan pola yang

⁵³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

tidak jelas diatas dan dibawah maka angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi masalah heteroksiditas.⁵⁴

I. Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana dengan menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menghitung pengaruh variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y) apabila terjadi perubahan pada satu satuan dari variabel independen (X1,X2).⁵⁵

Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana Y : loyalitas nasabah

X1 : kualitas pelayanan

X2 : kualitas produk

a : konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b2 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

e : standar error

⁵⁴ Priyatno, Duwi, SPSS (*Untuk Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate*). Gava media : (Yogyakarta : 2009) hal 58-104

⁵⁵ Anwar Sanusi , *Metodelogi penelitian bisnis* (Jakarta :Salemba Empat .2014) hal. 134-135

J. Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan serentak variabel dependen. Untuk mengetahui variabel-variabelindependen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dengan tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji f pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA yang menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika p -value (pada kolom sig) < dari level of signifikan yang ditentukan.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Yaitu pengujian yang dilakukan untuk menegetahui hubungan atau pengaruh masing-masing variabel secara parsial atau secara terpisah terhadap variabel independen. Hasil uji t pada uotput SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients*. Nilai dari uji t dapat dilihat dari p -value (pada kolom sig) pada masing-masing variabel independen, jika p -value lebih kecil dari level of significant yang ditentukan. Taraf signifikasi menggunakan 0.05.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁵⁶

⁵⁶ Priyatno, duwi, Opcit hal 48-56

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin. Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 57 responden (57%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 43 responden (43%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nasabah di PT. BNI Syariah cabang Palembang adalah laki-laki. Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan umur ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
< 20 tahun	1	1,0%
21-29 tahun	63	63%
30-39 tahun	15	15%
40-49 tahun	20	20%
>50 tahun	1	1,0%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas yakni deskripsi profil responden menurut umur yang menunjukkan bahwa responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah persentase 63 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia yang menjadi rata-rata nasabah di PT. BNI Syariah cabang Palembang 21-29 tahun.

Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pegawai S wasta	26	26%
PNS	22	22%
Pengusaha	4	4%
Lainnya	48	48%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan yaitu Lainnya sebanyak 48 responden dengan persentase 48 %. Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan pendidikan terakhir ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
SMP	6	6,0%
SMA	35	35%
D3/S1	59	59%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu pendidikan SMP sebanyak 6 responden (6,0%) dan responden dengan pendidikan SMA perempuan sebanyak 35 responden (35 %) serta responden dengan pendidikan D3/S1 sebanyak 59 responden (59 %). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pendidikan terakhir nasabah di PT. BNI Syariah cabang Palembang adalah D3/S1.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana skor/nilai/ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran/pengamatan yang ingin diukur. Nilai koefisien korelasi pada *Corrected Item Total Correlation* positif dan lebih besar dari 0,1966. Dengan demikian semua

bentuk pertanyaan untuk pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X1)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,401	0.1966	Valid
2	0,341	0.1966	Valid
3	0,304	0.1966	Valid
4	0,390	0.1966	Valid
5	0,678	0.1966	Valid
6	0,680	0.1966	Valid
7	0,691	0.1966	Valid
8	0,592	0.1966	Valid
9	0,364	0.1966	Valid
10	0,677	0.1966	Valid

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan dengan item pernyataan sebanyak 10 butir. Sedangkan batas minimal nilai r tabel 0.1966 dengan signifikan $\alpha < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,369	0.1966	Valid
2	0,787	0.1966	Valid
3	0,826	0.1966	Valid
4	0,442	0.1966	Valid
5	0,834	0.1966	Valid
6	0,832	0.1966	Valid
7	0,375	0.1966	Valid
8	0,634	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel kualitas produk dengan item pernyataan sebanyak 8 butir, sedangkan batas minimal nilai r tabel 0.1966 dengan signifikan $\alpha < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,345	0.1966	Valid
2	0,366	0.1966	Valid
3	0,694	0.1966	Valid
4	0,314	0.1966	Valid
5	0,366	0.1966	Valid
6	0,631	0.1966	Valid
7	0,681	0.1966	Valid
8	0,718	0.1966	Valid

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel kepuasan dengan item pernyataan sebanyak 8 butir, sedangkan batas minimal nilai r tabel 0.1966 dengan signifikan $\alpha < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa sejauh mana pengukuran tersebut memberikan hasil yang relatif tidak berbeda dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama. Uji reabilitas yang dilakukan pada semua item pertanyaan kuisisioner yang diberikan kepada 100 orang responden. Item

pertanyaan dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,6%. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kepercayaan (X1)	0,828	0,6	Reliabel
2	Kepuasan (X2)	0,869	0,6	Reliabel
3	Loyalitas (Y)	0,793	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah

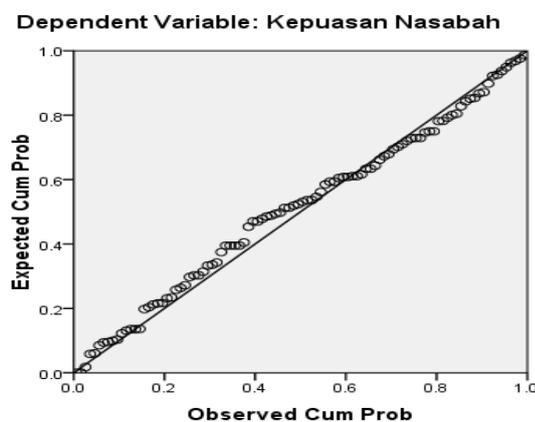
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, menunjukkan bahwa masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan sudah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data diolah

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa *Normal P-P Plot* menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.9
Nilai Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov untuk Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji Kolmogorof-Smirnov	Unstadarize Residual
Nilai Kolmogorof-Smirnov	0,799
Sig.	0,545

Sumber : Data diolah

Pada data Uji Kolmogorof-Smirnov menunjukkan bahwa data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarsarkan hasil output menunjukkan nilai Kolmogorof-Smirnov signifikan pada $0,545 > 0,05$. Dengan demikian residual dat berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan pada analisis regresi linear berganda karena variabel independennya lebih dari satu dalam satu model regresi.

Berikut tabel hasil uji multikolinearitas berdasarkan data yang diolah mnggunakan SPSS16.0:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.409	.318		1.286	.201		
	Kualitas Pelayanan	.590	.069	.586	8.540	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.312	.064	.337	4.909	.000	.822	1.216

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* kedua variabel $>0,1$ dan $VIF <10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variabel residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas. Jika ada pola-pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas. Jika nilai signifikasi $t > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.236	.209		1.130	.261
Kualitas Pelayanan	-.036	.045	-.088	-.792	.430
Kualitas Produk	.023	.042	.061	.544	.587

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada Kualitas pelayanan $0,430 > 0,05$ dan kualitas produk $0,587 > 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk apakah data yang dianalisis berhubungan secara linear atau tidak. Uji linearitas dari nilai sig linearity dan deviation from linearity. Jika $\text{sig} < \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah linear.

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas Menggunakan Metode Anova Table

Variabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	0,081	Linear
Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	0,161	Linear

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah $0,081 > 0,05$ dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah adalah $0,161 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama memiliki hubungan linear dengan variabel terikat adalah kepuasan nasabah.

3. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel independe signifikan dengan satu variabel dependen. Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	.409			.318	
	Kualitas Pelayanan	.590	.069	.586	8.540	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.312	.064	.337	4.909	.000	.822	1.216

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah

Persamaan rumus regresi linear berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y' = 0,409 + 0,590 X_1 + 0,312 X_2$$

Nilai konstan sebesar 0,409 artinya jika kualitas pelayanan dan kualitas produk nilainya 0, maka kepuasan nilainya 0,409. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) bernilai positif, yaitu 0,590 artinya setiap peningkatan kepercayaan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,590 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b_2) bernilai positif, yaitu 0,312 artinya setiap peningkatan kepuasan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkankepuasan sebesar 0,312 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Tabel 4.14
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.790 ^a	.624	.616	.23492	.624	80.522	2	97	.000

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai R Square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu sebesar 0,624 artinya persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan dan

kualitas produk terhadap kepuasan nasabah sebesar 62,4% sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05.

Tabel 4.15
Hasil uji Anova (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.887	2	4.444	80.522	.000 ^a
	Residual	5.353	97	.055		
	Total	14.240	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah

Hipotesis

Ho = Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha=Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Angka F hitung sebesar 80,522 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df2 =

$(n-k-1)$ atau $100-2-1 = 97$, F tabel sebesar 3,09 (lihat pada lampiran f tabel).

Kriteria Pengujian

Jika F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima.

Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak.

Keputusan

F hitung $>$ F tabel ($80,522 > 3,09$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Gambar 4.17
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.409	.318		1.286	.201		
	Kualitas Pelayanan	.590	.069	.586	8.540	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.312	.064	.337	4.909	.000	.822	1.216

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah

Hipotesis Kualitas Pelayanan

H_0 =Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_a = Hipotesis Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Angka T hitung sebesar 8,540 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. T tabel dapat dilihat di tabel statistik pada tingkat signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan $df_2 = (n-k-1)$ atau $100-2-1 = 97$, T tabel sebesar 1,984 (lihat pada lampiran t tabel).

Kriteria Pengujian

Jika t hitung $\leq t$ kritis jadi H_0 diterima

Jika t hitung $> t$ kritis jadi H_0 ditolak

Berdasarkan signifikansi

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Keputusan:

Nilai T hitung $> T$ kritis ($4,548 > 1,984$) artinya H_0 ditolak, dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis Kualitas Produk

H_0 =Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a =Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Angka T hitung sebesar 4,548 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. T tabel dapat dilihat di tabel statistik pada tingkat signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan $df_2 = (n-k-1)$ atau $100-2-1 = 97$, T tabel sebesar 1,984 (lihat pada lampiran t tabel).

Kriteria Pengujian

Jika t hitung \leq t kritis jadi H_0 diterima

Jika t hitung $>$ t kritis jadi H_0 ditolak

Berdasarkan signifikansi

Jika signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $<$ 0,05 maka H_0 ditolak.

Keputusan

Nilai T hitung $>$ T kritis ($3,501 > 1,984$) dan signifikansi $<$ 0,05(0,000 $<$ 0,05) maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

D.Hasil Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji parsial analisis regresi

X_1 kualitas pelayanan di peroleh nilai t_{hitung} sebesar $8,540 > t_{table}(1,984)$ artinya H_0 ditolak, dan nilai signifikansi $< 0,05(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan juga tergantung oleh beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia.⁵⁷ Dari faktor manusia sangat memegang konstribusi terbesar dari kualitas terhadap perusahaan.” Kualitas jasa sebagai tolak ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁵⁸

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani, Dkk (2010) dengan judul Jurnal : “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan*” dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa UI.⁵⁹

⁵⁷ Kotler, philip dan armstrong, *Dasar-dasar pemasaran*, edisi bahasa indonesia. jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.2001 hal 430

⁵⁸ Fendy Tjipto dan Gregious Chandra, *servisve citra wisata dan setfcation* (yogyakarta:andi, 2009) hal 12

⁵⁹ Dwi Aryani “*Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam memben tuk loyalitas* nasabah : Jurnal, (Jakarta : Program Studi Ilmu Adminstrasi Depatemen FISIP.Univer sitas Indonesia 2010)

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji parsial analisis regresi X_2 kualitas produk di peroleh nilai t_{hitung} sebesar $3,501 > t_{table} 1,984$) artinya H_0 ditolak, dan nilai signifikansi $< 0,05 (0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah cabang Palembang.

Kualitas produk adalah penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan produk ini adalah dimensi global.⁶⁰ Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan benar-benar teruji dengan baik akan kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah produk itu sendiri.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan dan kepuasan terhadap produk yang bersangkutan.⁶¹

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiringdkk, (2014) dengan judul Jurnal : *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk*

⁶⁰ Darmadi Duriyanto, 2004.” *Consumer perception of price, quality of value means and model*” journal of marketing, vol 52 july.

⁶¹ Rika Dwi Harsasi 2013. *Pengaruh kualitas produk serta minatakan kepuasan nasabah.* (Bandung : Alfabeta, 2013) hal. 55

Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)” dapat disimpulkan bahwa secara langsung terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan .⁶²

⁶²Inka Janita Sembiringdkk. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang). Malang : Jurnal Administrasi Bisniss. 2014 Vol 15 (1)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan Hasil penelitian di lapangan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah..Hasil hasil uji parsial analisis regresi X_1 kualitas pelayanan di peroleh nilai t_{hitung} sebesar $8,540 > t_{table}(1,984)$ artinya H_0 ditolak, dan nilai signifikansi $< 0,05(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji parsial analisis regresi X_2 kualitas produk di peroleh nilai t_{hitung} sebesar $3,501 > t_{table}(1,984)$ artinya H_0 ditolak, dan nilai signifikansi $< 0,05(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah cabang Palembang

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut maka dapat disampaikan beberapa saran yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis, diketahui kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan nasabah di Bank BNI syariah. Oleh karena itu,

hendaknya lembaga tetap meneruskan dan meningkatkan lagi pelayanan dan kualitas produk yang baik, agar nasabah tetap menjadi nasabah yang selalu puas dan loyal terhadap perusahaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya yang berkeinginan meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sebaiknya peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda baik di lembaga ataupun perusahaan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, Bank dan lembaga keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012
- Agustina, Vina, "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan". Skripsi Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012
- Aryani, Dwi, "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas nasabah : Jurnal, Jakarta : Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP. Universitas Indonesia 2010
- Durianto, Darmanto 2004 "Consumer Perception Of Price, Quality Of Value Means and Model, Journal Of Marketing. vol 52 July
- Dwi harsasi, Rika 2013. *Pengaruh Kualitas Serta Minat Akan Kepuasan Nasabah*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Fransisca, Andreani, *Experial marketing (sebuah pendekatan pemasaran)*. Jurnal manajemen pemasaran, Jakarta : Erlangga, 2007
- Hafinudin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen syariah dalam praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2008
- Hasan, Ichsan, Nurul, MA, *Perbankan Syariah* Ciputat : Gp Press Group, 2014
- Hardiyanti, Ratih, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2005
- Ishak, Asmai, 2005. "Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasarnya". Edisi khusus jurnal siasat bisnis. vol.3
- Jahroni. 2009 "Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan, komitmen, kepercayaan pada bank central Asia Tbk" jurnal akutansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik
- Kertajaya, Hermawan, Muhammad Syakir Sula *Syariah Marketing* Bandung: Mizan pustaka, 2006
- Kurniawan, Albert, 2014. *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* Bandung : Alfabeta. 2014

- Kotler, Philip dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo 2010
- Lupyandi, Rahmat, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat , 2008
- Mulyana, 2002 “*Kepuasan Pelanggan Sebagai Keunggulan Daya Saing*”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. vol 3(2)
- Mukarom, Moch Syaepul “*Analisis pengaruh nilai nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah*” , Skripsi Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012
- Normasari, Selvy dkk.”*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan (hotel pelangi Malang)*”. *Jurnal Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawija Malang* 2013
- Noor, Juliansyah *Metodelogi penelitian* (skripsi, tesis, disertasi dan karya ilmiah). Jakarta : Prenademia Group, 2011
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Oreantasi Global*. Jakarta: Erlangga, 2005
- Prhastuti, Lina” *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen*”, Skripsi Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2011
- Priyatno, Duwi, *SPSS (Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate)*. Yogyakarta : Gava media, 2009
- Qomariah, Nurul “ *Pengaruh kualitas layanan dan citra instansi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (study pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*” *Jurnal Jember : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember*, 2012
- Rianto, M.Nur, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* Bandung : Alfabeta, 2012
- Sanusi, Anwar, *Metodelogi penelitian bisnis*, Jakarta : Salemba Empat , 2014
- Sangadji, Etta dan Sopiah, *Prilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi offset, 2013

- Sembiring, Inka Janita dkk. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang)*. Malang : Jurnal Administrasi Bisnis. 2014 Vol 15 (1)
- Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D)*Bandung : Alfabeta, 2010
- Sunarto,Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim,2007
- Tanuwijaya ,Melissa, *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy*, Surabaya : Jurnal Neo-bus, 2013. Vol 7 (1)
- Tjiptono,Fandy Dan Gregious Chandra, *Service Citra Wisata dan Setfcaton*Yogyakarta : Andi, 2009
- Wahjono, *Manejemen pemasaran bank,cetakan pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010
- Widiyanti, Nurul 2011 *“ Pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan di supermarket pepaya Darmo Surabaya”* jurnal akutansi, manajemen bisnis.dan sektor publik.vol.7 (3)
- wulandari, Alinda *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Ib Hasanah Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Palembang”*.Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2015

HASIL DATA STATISTIK KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequency

Statistics

		Jenis_Kelamin	Umur	Pekerjaan	Tingkat_Pendi dikan	Tingkat_Penda patan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	57	57.0	57.0	57.0
	Wanita	43	43.0	43.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	1	1.0	1.0	1.0
	> 50 tahun	1	1.0	1.0	2.0
	21-29 tahun	63	63.0	63.0	65.0
	30-39 tahun	15	15.0	15.0	80.0
	40-49 tahun	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lainnya	48	48.0	48.0	48.0
Pegawai Swasta	26	26.0	26.0	74.0
Pengusaha	4	4.0	4.0	78.0
PNS	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tingkat_Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1	59	59.0	59.0	59.0
SMA	35	35.0	35.0	94.0
SMP	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tingkat_Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp < Rp.1000.000	21	21.0	21.0	21.0
Rp. 5000.000 - Rp.10.000.000	4	4.0	4.0	25.0
Rp.2000.000 - Rp.5000.000	75	75.0	75.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

HASIL UJI VALIDITAS

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPEL1	40.34	12.328	.401	.823
KPEL2	40.46	12.574	.341	.829
KPEL3	40.44	12.592	.304	.833
KPEL4	40.32	12.583	.390	.824
KPEL5	40.42	10.771	.678	.794
KPEL6	40.47	10.716	.680	.794
KPEL7	40.45	10.735	.691	.793
KPEL8	40.07	11.864	.592	.807
KPEL9	40.38	12.662	.364	.826
KPEL10	40.48	10.515	.677	.794

VARIABEL KUALITAS PRODUK

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPRO1	30.38	8.905	.369	.883
KPRO2	30.49	8.010	.787	.835
KPRO3	30.53	7.989	.826	.832
KPRO4	30.35	8.997	.442	.871
KPRO5	30.48	7.868	.834	.830
KPRO6	30.45	7.826	.832	.829
KPRO7	30.36	8.980	.375	.881
KPRO8	30.49	8.273	.634	.851

VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEP1	30.93	7.601	.345	.797
KEP2	31.09	7.658	.366	.791
KEP3	30.82	6.957	.694	.740
KEP4	30.89	7.695	.314	.802
KEP5	31.12	7.905	.366	.789
KEP6	30.88	7.056	.631	.750
KEP7	30.83	6.991	.681	.743
KEP8	30.82	6.897	.718	.737

HASIL UJI RELIABILITAS

KUALITAS PELAYANAN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	10

KUALITAS PRODUK**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	8

KEPUASAN NASABAH**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	8

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23253276
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.048
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.799
Asymp. Sig. (2-tailed)		.545
a. Test distribution is Normal.		

HASIL UJI LINEARITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	9.303	15	.620	10.551	.000
		Linearity	7.557	1	7.557	128.568	.000
		Deviation from Linearity	1.745	14	.125	2.121	.018
	Within Groups		4.938	84	.059		
	Total		14.240	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	6.324	12	.527	5.792	.000
		Linearity	4.863	1	4.863	53.439	.000
		Deviation from Linearity	1.461	11	.133	1.460	.161
Within Groups			7.916	87	.091		
Total			14.240	99			

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.409	.318		1.286	.201		
	Kualitas Pelayanan	.590	.069	.586	8.540	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.312	.064	.337	4.909	.000	.822	1.216

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

HASIL UJI GLETSER

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.236	.209		1.130	.261
	Kualitas Pelayanan	-.036	.045	-.088	-.792	.430
	Kualitas Produk	.023	.042	.061	.544	.587

a. Dependent Variable: abs_res

HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.409	.318		1.286	.201		
	Kualitas Pelayanan	.590	.069	.586	8.540	.000	.822	1.216
	Kualitas Produk	.312	.064	.337	4.909	.000	.822	1.216

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.790 ^a	.624	.616	.23492	.624	80.522	2	97	.000

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.887	2	4.444	80.522	.000 ^a
	Residual	5.353	97	.055		
	Total	14.240	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

