

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  
PADA BMT AL-AQOBAH PUSRI PALEMBANG



Oleh:  
Rohima  
NIM : 14180183

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah  
Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli

Madya Perbankan Syariah

(A.Md)

PALEMBANG

2018



UIN  
RADEN FATAH  
PALEMBANG

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

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

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

Nama : Rohima  
Nim/Jurusan : 14180183 / Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal

**PANITIA UJIAN SKRIPSI**

Tanggal Pembimbing Utama : Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si

t.t:

Tanggal Pembimbing Kedua : Lidia Desiana, SE., M.Si

t.t:

Tanggal Penguji Utama : Dr. Qodafiah Barkah, M.H.I

t.t:

Tanggal Penguji Kedua : M. Rasyid Ridho P, Lc, M.E.Sy

t.t:

Tanggal ketua Sidang : RA. Ritawati, SE., M.H.I

t.t:

Tanggal sekretaris : Aziz Septiatin, SE., M.Si

t.t:





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

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

**Formulir D.2**

Hal : **Mohon Izin Penjilitan Tugas Akhir**

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb  
Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Rohima

Nim/Jurusan : 14180183 / Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap  
Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-  
Aqobah Pusri Palembang

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

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

Palembang, 30 Mei 2018

Penguji Utama

**Dr. Qodariah Barkah, M.H.I**  
NIP. 197011261997032002

Penguji Kedua

**M. Rasyid Ridho Pratama, Lc, M.E.Sy**  
NIK.

Mengetahui  
Wakil Dekan I

**Dr. Maftukhatulosikhah, M.Ag**  
NIP.197509282006042001



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

Formulir C 2

No :  
Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk diuji*

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

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa:

Nama : Rohima  
NIM/Program Studi : 14180183/D3 Perbankan Syari'ah  
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang**

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian munaqosyah Tugas Akhir

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

*Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.*

Pembimbing Utama

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

Palembang, 18 April, 2018

Pembimbing kedua

**Lidia Desiana, SE., M.Si**  
NIP: 140601101352 / BLU





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

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

PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.  
Ditulis Oleh : Rohima  
NIM : 14180183

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

Palembang, 05 Juni 2018

Dekan,



Dr. Qodariah Berkah, M.Hi  
NIP.197011261997032002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rohima

Nim : 14180183

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Menyatakan bahwa , Tugas Akhir ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkanoleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Palembang, 18 April 2018

Saya yang Menyatakan

Rohima

Nim : 14180183

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

**“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”**

**(QS. Al- Baqarah 153)**

**“Adalah wajar jika anda bersedih karena kegagalan, namun ingat jangan pernah kesidihan itu membuat anda berputus asa”**

**Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:**

- ❖ Kedua orang tuaku yang kucintai yang selalu senantiasa memberikan do'a dan motivasi terhadap saya. Dan semuanya selalu menjadi semangat untuk melangkah lebih maju dan lebih baik.**
- ❖ Saudara perempuanku dan saudara laki2 saya yang tersayang.**
- ❖ Sahabat-sahabatku yang selalu bersama saat keadaan sulit dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.**
- ❖ Almamaterku Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.**



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

*Jln. Prof. KH Zaenal Abidin Fikri No.1 KM 3,5 Palembang (30126). Telp. (0711) 353347*

---

---

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Nama : Rohima  
Nim : 14180183  
Jurusan : DIII Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap  
Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-  
aqobah Pusri Palembang.

**Mengetahui**  
**Dosen Pembimbing Lapangan,**

**Juwita Anggraini, M.H.I**  
**NIP 198405192011012006**

**Megetahui**  
**Instratruktur Lapangan,**

**Affan Apandi**  
**Branch Manager**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi D3 Perbakan Syariah**

**Dinul Alfian Akbar, S.E.M.Si**  
**NIP : 197803272003121003**



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT pencipta alam semesta pemberi kekuatan serta kenikmatan bagi kita semua. Sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar ahli madya dalam Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpah kanpada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, pembawa kebenaran dan petunjuk, berkat rahmat beliauah kita dapat menikmati kehidupan yang penuh cahaya keselamatan. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafa'atnya kelak. Amin.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas memberikan masukan dalam proses penelitian dan penyusunan, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan, berkat bantuan dukungan yang telah diberikan maka penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Orangtuaku tersayang tercinta, (Bapak M. Umar dan Ibu Masnun) yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil serta doa yang selalu mereka berikan yang sudah tidak ternilai lagi harganya saya mencintai kalian, serta saudaraku yang tersayang mbak Kartika dan mbak Santi dan kakak2 saya dengan sabar selalu memberikan keceriaan dan kedamaian serta motivasi dalam perjalanan hidupku, tetap menjadi anak yang baik bagi

keluarga. Terimakasih banyak karena selalu tak henti-hentinya mendoakan dan memberikan kasih sayang selama hidupku.

2. Bapak Prof. Dr. H. Sirozi, Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Qodariah Barkah, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi DIII Perbankan Syariah dan selaku pembimbing I saya yang senantiasa meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing saya dengan sangat baik.
5. Ibu Lidia Desiana, SE., M. Si selaku pembimbing II saya dengan segala kesabaran dan kebesaran jiwa telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan DIII Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan setulus hati selama penulis dimasa perkuliahan. Semoga ilmu yang diberikan bias bermanfaat dimasa mendatang amin Ya Allah.
7. Seluruh staf dan karyawan khususnya dibagian Tata Usaha Prodi DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. .
8. Tak lupa sahabat-sahabatku Septi Novita, Seni Senorita, Sifa, Suci Y, Indah, Sandora, Jili, dan kak Dimas. Terima kasih kebersamaannya selama ini dukungan motivasi semangatnya kalian luar biasa.

9. Teman-temanku DPS 7 yang telah bersama-sama menuntut ilmu di jurusan.  
Terima kasih atas kebaikan dan support selama ini, dengan kalian aku  
temukan indahny persahabatan.
10. Teruntuknya Aziz Riyanda terimakasih banyak sudah banyak membantu  
selalu memberi semangat, motivasi, keceriaan serta waktu yang tak sedikit  
telah kau luangkan untuku dan yang selalu memberi nasehat terbaik.
11. Semua pihak yang telah memberikan petunjuk, masukan dan saran dalam  
menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal dengan amal kebaikan yang  
telah diberikan. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi  
kita semua, amin.

Palembang, 18 April 2018

Penulis

**ROHIMA**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Populasi dan Sampel.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kualitas Pelayanan .....	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	11
2. Kualitas Pelayanan Internal.....	11
3. Kualitas Pelayanan Ekternal.....	12
4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
B. Kualitas Produk .....	14
1. Pengertian Kualitas Produk .....	14
2. Teori Kualitas Produk .....	15
3. Dimensi Kualitas Produk .....	16
C. Kepuasan Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah.....	17
1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	17
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	18
3. Penilaian Kinerja terhadap Kepuasan Nasabah.....	19
4. Pengertian Pembiayaan Murabahah .....	20
5. Pengertian Pembiayaan Menurut Para Ahli .....	21



D. Penelitian Terdahulu .....	22
E. Kerangka Pemikiran .....	24
F. Pengembangan Hipotesis.....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Definisi Operasional .....	28
B. Jenis dan Sumber Data.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Teknik Penentuan Ukuran Sampel .....	31
E. Tehnik Pengumpulan Data .....	34
F. Instrumen Penelitian .....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	35
3. Uji Asumsi Klasik.....	36
a. Uji Normalitas.....	36
b. Uji Multikolinearitas .....	36
c. Uji Heteroskedastisitas.....	37
d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
e. Uji Hipotesis.....	38
4. Uji Linearitas.....	40
G. Teknik Analisis Data .....	41
H. Lokasi Penelitian. ....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BMT Al-Aqobah Pusri Palembang .....	42
B. Deskripsi Responden.....	45
1. Analisis Profil Responden .....	45
2. Instrumen Penelitian .....	53
a. Uji Validitas.....	53
b. Uji Reliabilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik .....	57
a. Uji Normalitas.....	57

b. Uji Multikolinearitas .....	58
c. Uji Heteroskedastisitas.....	58
4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
5. Uji Hipotesis .....	62
a. Uji F (Simultan) .....	62
b. Uji T (Persial).....	63
c. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	64
d. Uji Linearitas.....	65

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	72

**DAFTAR PUSTAKA .....**

**LAMPIRAN .....**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Lembaga Keuangan Syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudharabah*. Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam aplikasinya, konsep penyertaan modal menjadi pembeda antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan Syariah tidak menggunakan pranata bunga untuk menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa keuangan.<sup>1</sup>

Produk lembaga keuangan Syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem Syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan Syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan *profitable*.<sup>2</sup> Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil *mudharabah* lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai *mudharib*, serta relatif

---

<sup>1</sup>Nurul Widyaningrum. *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil* (Bandung: Akatiga 2002) hlm 41.

<sup>2</sup>Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Jogyakarta: Ekonista, 2005)

lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian pembiayaan pada nasabah, produk *Murabahah* lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk *Murabahah* dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Mal Wal Tamwil* (BMT). Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Mal Wal Tamwil* (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan Syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut.

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

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	1. M. Ainun Hafis 2. Atwal Arifin 3. Iis Maryani 4. Yayan Fauzi 5. Sukron



nasabah	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yohana F</li> <li>2. Cahya Palupi</li> <li>3. Sahat Simanjuntak</li> </ol>
---------	---	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai jurnal

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang telah diteliti oleh M. Ainun Hafis, Atwal Arifin, Iis Maryani, Yayan Fauzi dan Sukron menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yohana F, Cahya Palupi dan Sahat Simanjuntak 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gerardo A. Tumangkeng</li> <li>2. Iis Maryani</li> <li>3. Yohana F</li> <li>4. Dessi Natalia</li> <li>5. Yayan Fauzi</li> </ol>
	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Husnul Khotimah</li> <li>2. Atwal Arifin</li> </ol>

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai jurnal

Kualitas Produk terhadap keputusan nasabah yang telah diteliti oleh Gerardo A Tumangkeng, Iis Maryani, Yohana F, Dessi Natalia dan yayan Fauzi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasannasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Husnul Khotimah dan Atwal Arifin menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 1.3**  
**Research Gap Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap**  
**Kepuasan Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas Produk terhadap kepuasan Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kualitas produk dalam kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eliza Firiiah</li> <li>2. Nur S Buchori</li> <li>3. Yayan Fauzi</li> <li>4. Sukron</li> <li>5. Eris Tri Kurniawati</li> </ol>
	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kualitas produk dan kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evi Natalia</li> <li>2. Sri Mangesto Rahayu</li> </ol>

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai jurnal

Kualitas pelayanan dan kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah yang telah diteliti oleh Eliza Firiiah, Nur S Buchori, Yayan Fauzi, Sukron, Eris Tri Kurniawan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Natalia dan Sri Mangesto Rahayu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BMT Al- Aqobah Pusri Palembang adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *Murabahah*. BMT Al-Aqobah Pusri berdiri pada tanggal 3 Januari 2014 dibawah binaan Pusat Inkubasi dan Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Sumatera Selatan. Meskipun BMT Al-Aqobah Pusri Palembang tergolong baru di kota Palembang, namun nasabah pada BMT Al-Aqobah sudah berjumlah 621 nasabah dalam memilih produk pembiayaan *Murabahah*. Hal ini bisa kita lihat pada tabel dibawah ini dalam peningkatan nasabah dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang.

**Tabel 1.4**  
**Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah***  
**BMT Al-Aqobah Pusri Palembang**

No	Tahun	Nasabah
1	2014	171
2	2015	220
3	2016	230
Jumlah		621

Sumber :BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, 2018

Kepercayaan nasabah selama ini terhadap pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sudah menjadi ciri khas tersendiri, yang mana pembiayaan *Murabahah* diperuntukkan bagi nasabah produktif dengan pemberian pembiayaan dari mulai Rp.500.000 sampai Rp.10.000.000 dengan jangka waktu minimal 10 bulan dan sampai saat ini BMT Al-Aqobah Pusri Palembang telah memberikan pinjaman kepada nasabah dari sektor usaha kecil sebanyak 141 nasabah.

Sehingga para nasabah merasa mendapatkan kepercayaan dari BMT Al-Aqobah Pusri dalam produk pembiayaan *Murabahah*. Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan ini cukup diminati. BMT Al-Aqobah PusriPalembang sendiri memiliki produk yang di tawarkan kepada nasabah untuk pembiayaan, yaitu *Murabahah* (jual beli).<sup>3</sup>

Kebanyakan nasabah BMT Al-Aqobah Pusri Palembang lebih memilih pembiayaan *Murabahah* dibandingkan pembiayaan *Mudharabah*. Setiap nasabah

---

<sup>3</sup>Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani 2001) hlm 95

tentunya memiliki alasan tersendiri dalam memutuskan pengajuan pembiayaan *Murabahah* ini. Pembiayaan *Murabahah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari di BMT ini. Karakteristik pembiayaan *Murabahah* yang *profitable* mudah dalam penerapan dan dengan risiko yang ringan untuk diperhitungkan.<sup>4</sup>

Selain itu BMT Al-Aqobah Pusri Palembang juga menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat, kualitas pelayanan jasa yang bermutu dapat menciptakan kepuasan nasabah. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang diakibatkan kurangnya sasaran dari nasabah. Hal ini menyebabkan suatu perusahaan akan kehilangan nasabahnya<sup>5</sup> Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena dalam perusahaan jasa pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan maka akan semakin besar pemasukan yang didapat. Pelayanan jasa yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.<sup>6</sup>

BMT Al-Aqobah Pusri Palembang juga memperhatikan perusahaan yang memiliki kualitas produk yang sangat inovatif. Maka dari itu kualitas produk juga menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang di tawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan

---

<sup>4</sup>Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

<sup>5</sup>Philip kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga 2006) hlm 87

<sup>6</sup>Adiwarman Karim. *Bank Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2008) hlm 78



pada perusahaan tersebut. Kualitas Produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya.<sup>7</sup>

Hubungan kualitas pelayanan dengankepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah*, semakin baik tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa, tidak menutup kemungkinan semakin tinggi pula calon nasabah terhadap suatu pembiayaan *Murabahah*.<sup>8</sup> Sedangkan hubungan kualitas produk sendiri dengan kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* itu dikarenakan semakin mudah kualitas produk yang sesuai dengan tujuan dan kepuasan nasabah maka akan semakin banyak nasabah yang akan mengajukan produk pembiayaan.<sup>9</sup>

Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana respon masyarakat, dalam pengusaha kecil, terhadap lembaga keuangan syariah pada umumnya dan BMT Al-Aqobah Pusri Palembang pada khususnya kualitas pelayanan dan kualitas produk pembiayaan *Murabahah*. Pertanyaan ini penting untuk dikaji dan diteliti oleh penulis, maka dari itu penulis mengangkat judul tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.**

---

<sup>7</sup>Adiwarman Karim. *Op. Cit.* Hlm 80

<sup>8</sup>J.P.G. Sianipar. *Manajemen Pelayanan Masyarakat* (Jakarta: Lembaga Administrasi Negara 2008) hlm 8

<sup>9</sup>.*Ibid*,hal.9

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang?
2. Apakah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang?

## C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diidentifikasi di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang koperasi jasa keuangan syariah khususnya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, serta menambah referensi pengetahuan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

### **b. Secara Praktis**

#### 1). Bagi Penulis

Memberikan wawasan pengetahuan dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh di bangku kuliah. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi media penerapan ilmu yang didapatkan penulis di bangku kuliah ke dalam kehidupan praktis dan bagi syarat kelulusan dan gelar AM.d .

#### 2). Bagi Lembaga (BMT)

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang untuk meningkatkan mutu dan pelayanan, sehingga nasabah memperoleh kepuasan terhadap layanan yang diberikan serta sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya.

### **E. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini yaitu ada 621 orang yang melakukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Sedangkan sampelnya adalah nasabah yang terdaftar aktif dalam pembiayaan *murabahah*.



harapan mereka dalam memenuhi kepuasan. Kualitas pelayanan terbagi atas:<sup>11</sup>

**a. Kualitas Pelayanan Internal**

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

- 1) Pola manajemen umum perusahaan
- 2) Penyediaan fasilitas pendukung
- 3) Pengembangan sumber daya manusia
- 4) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- 5) Pola intensif

**b. Kualitas Pelayanan Eksternal**

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Berkaitan dengan penyediaan jasa
- 2) Berkaitan dengan penyediaan barang

**2. Dimensi Kualitas Pelayanan**

- a. Bentuk fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabah. Penampilan dan kemampuan sarana dan

---

<sup>11</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm

prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.<sup>12</sup>

1) Penataan dan pengaturan ruang *front office*.

2) Peralatan dan fasilitas fisik.

3) Kerapian penampilan karyawan.<sup>13</sup>

- b. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- 1) Ketepatan waktu dimana bila pihak bank mengadakan perjanjian dengan nasabah mereka selalu menepatinya.
  - 2) Kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.
  - 3) Memberikan keyakinan bahwa karyawan dapat diandalkan dan dapat dipercaya.
- c. ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah pada bank.
- 1) Tanggap dalam merespon permintaan nasabah.
  - 2) Kecepatan memberikan informasi.
  - 3) Menyediakan waktu untuk melayani nasabah secara cepat dan tepat.<sup>14</sup>
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.

---

<sup>12</sup>Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Ofset. 2001) hlm 221

<sup>13</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm

<sup>14</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm

- 1) Pihak karyawan meyakinkan nasabahnya dalam melaksanakan pekerjaannya.
  - 2) Karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang pekerjaannya.
  - 3) Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah.<sup>15</sup>
- e. Perhatian (*Emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.
- 1) Memahami kebutuhan nasabah.
  - 2) Penyediaan jasa kerja untuk kebutuhan nasabah.
  - 3) Perhatian individu kepada nasabah.

## **B. Kualitas Produk**

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

Pengertian mengenai kualitas dari suatu produk yang ditawarkan dapat berbeda bagi setiap orang karena kualitas itu sendiri memiliki banyak kriteria. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi)

<sup>16</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013) hlm. 99



Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi persyaratan dan spesifikasi kualitas yang ditetapkan.<sup>17</sup>

Kemudian Definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>18</sup>

Setiap perusahaan yang menghasilkan produk baik itu berupa barang ataupun jasa pasti menginginkan produk tersebut laku dan dapat menarik perhatian untuk dibeli atau digunakan. Dalam dunia perbankan agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat nasabah maka penciptaannya harus memperhatikan tingkat kualitas produk tersebut sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kemudian, menurut Swastha dan Irawan, kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Teuku Edyansyah. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo)*. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara.. Hlm 186

<sup>18</sup>Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hlm 8

<sup>19</sup>Teuku Edyansyah. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank*

Adapun kualitas merupakan keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pengertian lain kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa. Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya.<sup>20</sup>

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat ditawarkan dalam hal ini berupa barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan/konsumen/nasabah dan bertujuan untuk memuaskan.

## 2. Dimensi Kualitas Produk

Beberapa karakteristik menspesifikasikan kedalam dimensi kualitas produk yang lebih relevan dengan pelanggan. Dimensi kualitas produk tersebut dapat dikelompokkan dalam enam dimensi, yaitu:<sup>21</sup>

### 1) *Performance*

Hal yang paling penting bagi pelanggan adalah apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara benar.

### 2) *Range and Type of Features*

---

*Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo*). Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara. Hlm 187

<sup>20</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013) hlm. 188

<sup>21</sup> Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hlm. 10

Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan seringkali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan<sup>22</sup>

3) *Reliability and Durability*

Kehandalan produk dalam penggunaan secara norma dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan

4) *Maintainability and Serviceability*

Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti

5) *Sensory Characteristics*

Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas

6) *Esthical Profile and Image*

Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan<sup>23</sup>

## **Keputusan Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah**

### **1. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Zulian Yamit. *Op. Cit.* hlm. 11

<sup>23</sup>Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi Revisi.* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm 123

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan nasabah adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja sesuai di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa memilih harapan pelanggan akan merasakan sangat puas senang dan gembira<sup>25</sup>

Kepuasan merupakan sebuah fungsi dari tingkat relatif dari apa yang diharapkan dan kenyataan apa yang diterima. Kualitas layanan diartikan sebagai sebuah ukuran seberapa baik tingka kualitas pelayanan dan tingkat kualitas produk yang dibderikan mampu memenuhi kepuasan pengguna layanan.<sup>26</sup>

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

Dalam menentukan kepuasan nasabah atau pelanggan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:<sup>27</sup>

- a. Kualitas produk, yaitu nasabah akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa kualitas produk yang mereka gunakan berkualitas.

---

<sup>24</sup> Ibid hlm 49

<sup>25</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisi, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Jilid2*, (Jakarta : PT Prenhallindo, 1997) hlm. 227

<sup>26</sup> P Kotler dan Keller K, *Marketing Management*, (14th Edition, Prentice Hall, New Jersey), hlm.3

<sup>27</sup> Rambat Lupyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm.264

- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu nasabah merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- e. Biaya, yaitu pelanggan atau nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan nasabah yang diberikan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan BMT. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk pembiayaan *murabahah* pada BMT AL-AQOBAN, maka tersebut akan :

- a. Loyal kepada perusahaan, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke BMT yang lain dan akan setia menjadi nasabah BMT yang bersangkutan.
- b. Menggulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk pembiayaan *murabahah* pada BMT akan menyebabkan nasabah membeli kembali produk ataupun jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.

- c. Membeli produk lain dalam BMT yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi semakin beragam dalam satu BMT.
- d. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan BMT karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk BMT ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

### 3. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan menurut Ahmad Sumiyanto<sup>28</sup>, pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab. Sementara itu, menurut keputusan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang petunjuk kegiatan usaha koperasi jasa keuangan Syariah “pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antar koperasi dengan anggota, calon anggotanya. Yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.

---

<sup>28</sup>Ahmad Sumiyanto, *BMT menuju Koperasi Modern.*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008) hlm. 165

Menurut Adiwarmarman Karim<sup>29</sup>, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sementara itu, menurut PSAK No. 102<sup>30</sup>, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan harga barang tersebut kepada pembeli. Dan Menurut keputusan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah No. 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004<sup>31</sup> tentang petunjuk kegiatan usaha koperasi jasa keuangan Syariah.

*Murabahah* adalah tagihan atas penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (nasabah), yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa *Margin* keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad.<sup>32</sup> Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa *Murabahah* merupakan suatu akad jual beli barang dengan harus

menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*), dan pelunasan kewajiban disertai pembayaran *Margin* yang disepakati sesuai dengan akad.

---

<sup>29</sup>A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. ( Jakarta:Gema Insani Press.2001) hlm. 113

<sup>30</sup> [accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/](http://accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/) PSAK No. 102

<sup>31</sup>[www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)

<sup>32</sup>Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Cet 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 2010) hlm 160

Berdasarkan definisi tersebut di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pembiayaan *murabahah* adalah suatu aktifitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan dengan akad jual beli barang dengan menyatakan perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli, untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut.

#### D. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Alima Setiyarini (2008)	<i>Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Kepuasan nasabah terhadap Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani</i>	Persepsi Nasabah ( $X_1$ ) Margin ( $X_2$ ), dan Kepuasan Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah (Y)	Menggunakan variable kepuasan nasabah terhadap pembiayaan <i>murabahah</i> , objek penelitiannya BMT dan analisis data menggunakan regresi linier berganda	Menggunakan variabel resepsi nasabah dan margin terhadap kualitas produk sebagai variabel independen



**Tabel 2.2**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

Nur'atih (2011)	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Pembiayaan Murabahah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Medan</i>	Biaya Akad ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Keuntungan Margin ( $X_3$ ) dan Permintaan Murabahah (Y)	Menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan variabel pembiayaan murabahah menggunakan analisis regresi linier berganda	Menggunakan variabel permintaan biaya akad dan keuntungan margin kualitas produk dan objek penelitian di PT Bank Syariah Mandiri
Visa Alvi Sa'adah (2015)	<i>Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah Anggota BMT Agritama Blitar</i>	Penetapan Harga ( $X_1$ ), Tingkat Margin ( $X_2$ ), Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah (Y)	Menggunakan variabel kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di BMT dan menggunakan analisis data regresi linier berganda	Menggunakan variabel penetapan harga dan tingkat margin
Zulkifli (2016)	<i>Pengaruh Prosedur Pembiayaan Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri</i>	Prosedur Pembiayaan ( $X_1$ ), Tingkat Margin ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah (Y)	Menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang dan menggunakan analisis data regresi berganda	Menggunakan variabel prosedur pembiayaan dan tingkat margin

**Tabel 2.3**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

Dwi Martono (2007)	<i>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah BMT Amanah Ummah di Universitas Muhammadiyah Surakarta</i>	Produk (X <sub>1</sub> ), Pelayanan (X <sub>2</sub> ), Distribusi (X <sub>3</sub> ), Bagi Hasil (X <sub>4</sub> ), Persepsi Nasabah (Y)	Menggunakan variabel produk dan pelayanan di <i>BMT Amanah Ummah</i> menggunakan analisis bergnada	Menggunakan variable distribusi, bagi hasil, dan persepsi nasabah
--------------------	---	---	--	---

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai jurnal

### **E. Kerangka Pemikiran**

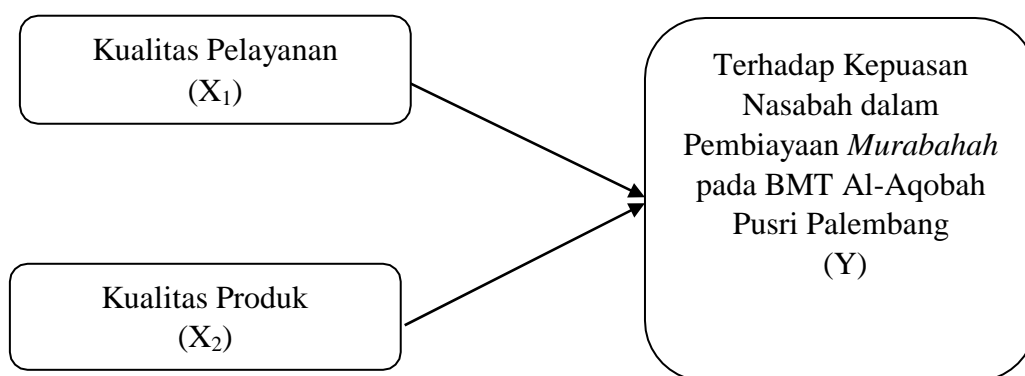
Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang dominan untuk meningkatkan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Setelah ditetapkan mana variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*) maka akan dilakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan terdiri dari:

1. Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen<sup>33</sup>
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. <sup>34</sup> Menurut Philip Kotler definisi kualitas produk adalah “Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan organisasi jasa untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>35</sup>
3. Kepuasan Nasabah (Y) merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau pun jasa di bandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.<sup>36</sup>

Gambar 2.1

Gambar Kerangka Pemikiran



Sumber : Di kembangkan oleh peneliti,2018

<sup>33</sup>Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama (Yogyakarta: Andi Ofset 2001) hlm 50

<sup>34</sup>Philip Kotler, *Marketing Management 9e*, alih bahasa : Hendra teguh dan Ronny A. Rusli, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) hlm 49

<sup>35</sup>*Ibid.* hlm 52

<sup>36</sup>Kotler philip, *Manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol. Jilid 2*, (Jakarta:Pt Prenhallindo,1997) hlm.227

## F. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>37</sup> Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis. Ada dua macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).<sup>38</sup>

1.  $H_0 : \beta = 0$ , tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan dependen.
2.  $H_a : \beta \neq 0$ , terdapat pengaruh antara variabel independen dengan dependen.

Parasuraman menyatakan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pembeli mengenai kualitas layanan. Apabila kualitas layanan memberikan suatu yang sesuai dengan persepsi konsumen maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan teori diatas yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesis dari kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

$H_0 : H_1 =$  Diduga variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*

$H_a : H_1 =$  Diduga Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

---

<sup>37</sup>Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta 2009) hal 93

<sup>38</sup>Ety Rochayety, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media 2009) hal 108

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta oleh Musliana Ratnasari (2016) diperoleh bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *Murobahah*.<sup>39</sup>

Ho : H<sub>2</sub> = Diduga variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

Ha : H<sub>2</sub> = Diduga Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasannasabah dalam pembiayaan *murabahah*.

---

<sup>39</sup>Musliana Ratnasari .(2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*. Jurnal Penelitian Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Definisi Operasional Variabel

Setelah ditetapkan mana variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*) maka akan dilakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan terdiri dari:

1. Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen<sup>40</sup>
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>41</sup> Menurut Philip Kotler definisi kualitas produk adalah “Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan organisasi jasa untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.”<sup>42</sup>
3. Kepuasan nasabah ( $Y$ ) merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau pun jasa di bandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup>Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama (Yogyakarta: Andi Ofset 2001) hlm 50

<sup>41</sup>Philip Kotler, *Marketing Management 9e*, alih bahasa : Hendra teguh dan Ronny A. Rusli, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) hlm 49

<sup>42</sup>*Ibid.* hlm 52

<sup>43</sup>Kotler philip, *Manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol*. Jilid 2, (Jakarta:Pt Prenhallindo,1997) hlm.227

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	1. <i>Tangibles</i> (Wujud Fisik)	Fasilitas yang dimiliki
		2. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	Kemampuan memberikan pelayanan
		3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Menanggapi keinginan pelanggan dengan baik dan cepat
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan)	Adanya jaminan kerahasiaan pelanggan
		5. <i>Empathy</i> (Perhatian)	Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik
2	Kualitas Produk ( $X_2$ )	1. <i>Performance</i>	Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan
		2. <i>Range and Type of Features</i>	Persyaratan cukup ringan
		3. <i>Reliability and Durability</i>	Lebih mudah pelaksanaan
		4. <i>Maintainability and Serviceability</i>	Merasa lebih nyaman dan memuaskan
		5. <i>Sensory Characteristics</i>	Lebih mudah di pahami
		6. <i>Ethical Profile and Image</i>	Kesan pelanggan terhadap pelayanan
3	Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	1. Kualitas Produk	Merasa puas dengan kualitas produk
		2. Kualitas Pelayanan	Merasa puas dengan kualitas pelayanan
		3. Emosi	Merasa puas dengan keyakinan produk
		4. Harga	Merasa puas dengan harga relatif murah
		5. Biaya	Merasa puas dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan

Sumber : Gagasan penulisan berdasarkan teori, 2018

## B. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>44</sup> Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan cara memperoleh pengetahuan atau permasalahan di mana data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.<sup>45</sup>

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Menurut Kerlinger yang dikutip Riduwan, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.<sup>46</sup>

Sumber data yang diperoleh untuk kepentingan penelitian ini yaitu data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner

---

<sup>44</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2012) hlm 8

<sup>45</sup>Toto Syatori Nasehuddie. *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)* (Cirebon: STAIN Cirebon 2008) hlm 23

<sup>46</sup>Muhammad Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta 2008) hlm 49



yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>47</sup> Data primer dalam penelitian ini antara lain berupa kuesioner yang diberikan kepada seluruh nasabah BMT Al-Aqobah Pusri Palembang yang aktif dalam pembiayaan *murabahah*.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu ada 621 orang yang melakukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Sedangkan sampelnya adalah nasabah yang terdaftar aktif dalam pembiayaan *murabahah*.

### D. Teknik Penentuan Ukuran Sampel

Teknik pengambilan sampel ini biasanya didasarkan oleh pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Adapun cara dalam penentuan sampel, penulis menggunakan cara *purposive sampling*.<sup>48</sup> Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Metode *purposive sampling* adalah tehnik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu.<sup>49</sup> Dalam ini penulis mengambil sample berdasarkan pengamatan dilapangan.

---

<sup>47</sup> UmarHusein, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka,2003) hlm. 99

<sup>48</sup> Sugiono. *Statistik Untuk Penelitian*(Bandung: Alfabeta 2012) hlm 120

<sup>49</sup> *Ibid.* Hlm 126

Adapun pemilihan sample yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan ketentuan :

1. Nasabah aktif dalam memilih produk pembiayaan *murabahah* di bandingkan memilih produk pembiayaan *mudharobha* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.
2. Sudah menjadi nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang lebih dari satu tahun.
3. Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel. Semakin besar dispersi atau variasi suatu populasi maka semakin besar pula ukuran sampel yang diperlukan agar estimasi terhadap parameter populasi dapat dilakukan dengan akurat dan presisi.<sup>50</sup>

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memilih pembiayaan *murabahah* di perusahaan BMT Al-Aqobah Pusri Palembang yang berjumlah 621 nasabah. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh nasabah sebanyak 621 nasabah dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan 100 sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak

---

<sup>50</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002) hlm. 132.

memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.<sup>51</sup>

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 621 nasabah, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 87

$$\square = \frac{621}{1 + 621(10\%)^2}$$

$$\square = \frac{621}{7,21} = 86,89 \text{ Disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.}$$

## E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang pengumpulannya dilakukan melalui:

Kuisisioner (Angket). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>52</sup> Setelah data terkumpul, dilakukan proses *editing* dalam dua tahap, yaitu: tahap pertama pada kuisisioner sebelum datanya di-entry untuk dianalisis dengan terlebih dahulu diberikan skor item jawaban pertanyaan kuisisioner dengan skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian: 5. Sangat Setuju (SS), 4. Setuju (S), 3. Netral (N), 2. Tidak Setuju (TS), dan 1. Sangat Tidak Setuju (STS).<sup>53</sup>

**Tabel 3.2**  
**Klasifikasi Skala Likert**

No	Klasifikasi	Skor
1	Apabila jawaban "Sangat Setuju"	5
2	Apabila jawaban "Setuju"	4
3	Apabila jawaban "Netral"	3
4	Apabila jawaban "Tidak Setuju"	2
5	Apabila jawaban "Sangat Tidak Setuju"	1

Sumber : Hasan<sup>54</sup>

<sup>52</sup> Soeratno & Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008) hlm. 91

<sup>53</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Cet. 9 Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) hlm 243

<sup>54</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalma Indonesia, 2002) hlm. 72

## **F. Instrumen Penelitian**

### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.<sup>55</sup>

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam program SPSS 16,00 akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala rentangan ( $> 60$ ).<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hlm 90

<sup>56</sup>*Ibid* hlm 97-98

### c. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Dikatakan terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ( $r \leq 0,60$ ). Jika nilai tolerance  $< 0,10$  dan VIF  $> 10$  maka terjadi gejala

*multikolinierita* yang tinggi.<sup>57</sup> Dan sebaliknya apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu Uji Spearman's rho, Uji Glejser, Uji Park, dan melihat pola grafik regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>58</sup>

### d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

---

<sup>57</sup>Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 79

<sup>58</sup>Danang Sunyoto, *Op. Cit* hlm 81-83

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana :

$Y$  = Pembiayaan *Murabahah*

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi variabel  $X_2$

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Kualitas Produk

$e$  = Tingkat Error, tingkat kesalahan

#### e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

##### a. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ). F hitung dapat di cari dengan rumus berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$



Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

#### b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i

$S_{b_i}$  = Standar error variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.<sup>59</sup>

#### c. Uji Determenasi R Square ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefesien determinasi ( $R^2$ ) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variabel-

---

<sup>59</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hlm 61-68.

variabel independen yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ , yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.<sup>60</sup>

#### **d. Uji Linearitas**

Linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi *linier*. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang *linear* bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup>Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 87-88.

<sup>61</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hal 71-73

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut maka pemilihan tes statistik yang akan dilakukan adalah regresi linier berganda.

Perangkat lunak yang digunakan adalah *software* SPSS 16.00 yaitu dengan menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data.

## **H. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih BMT Al-Aqobah Pusri Palembang yang berada di jalan Mayor Zen Gedung PT. SAKKel. Sei Selayur, Kalidoni Palembang.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

##### 1. Sejarah singkat BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

BMT Al-Aqobah adalah sebuah perusahaan yang bergerak dilembaga keuangan mikro syariah atau koperasi simpan pinjam berprinsip syariah untuk pembiayaan modal usaha atau konsumtif, juga memiliki fungsi membantu pemberdayaan umat dengan melakukan pembinaan masyarakat dalam membentuk kelompok mitra BMT (K.M.B), serta menyalurkan infak, zakat dan shadaqah (ZIS), selain itu BMT Al-Aqobah memiliki usaha dalam sektor real berupa kerja sama dengan asuransi takaful dan event organizer (E.O).

Kepengurusan BMT Al-Aqobah berada dibawah badan pengurus masjid Al-Aqobah, dengan jumlah anggota sebanyak 22 anggota pendiri. BMT Al-Aqobah didirikan dan dasar kepedulian atas dasar sesama, ditunjukkan kepada pedagang-pedagang kecil untuk pemberian pembiayaan agar bisa terlepas dari rentenir dan proses ribawi, serta memberikan kesempatan kepada masyarakat yang ingin membuka usaha untuk diberikan pelatihan, dibina, dalam manajemen keuangan dan bisnis serta diberikan modal usaha, agar bisa mandiri serta dapat meningkatkan taraf hidupnya.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

## 2. Visi dan Misi BMT Al-Aqobah

Visi BMT adalah mewujudkan kualitas anggota, keluarga dan masyarakat di lingkungan yang selamat, damai, sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha dan kelompok usaha masyarakat (POKUSMA) berlandaskan atas azas dan prinsip-prinsip dasar yang maju berkembang, terpercaya, aman dan nyaman, transparan, dan berkehati-hatian.

Misi BMT adalah mengembangkan POKUSMA dan BMT berlandaskan atas azas dan prinsip-prinsip dasar yang maju berkembang, terpercaya, aman dan nyaman, transparan dan berkehati-hatian sehingga terwujud kualitas anggota, keluarga dan masyarakat dilingkungan BMT yang selamat dan sejahtera.

## 3. Tujuan Lembaga BMT Al-Aqobah

Alasan didirikannya BMT Al-Aqobah Palembang, diantaranya:

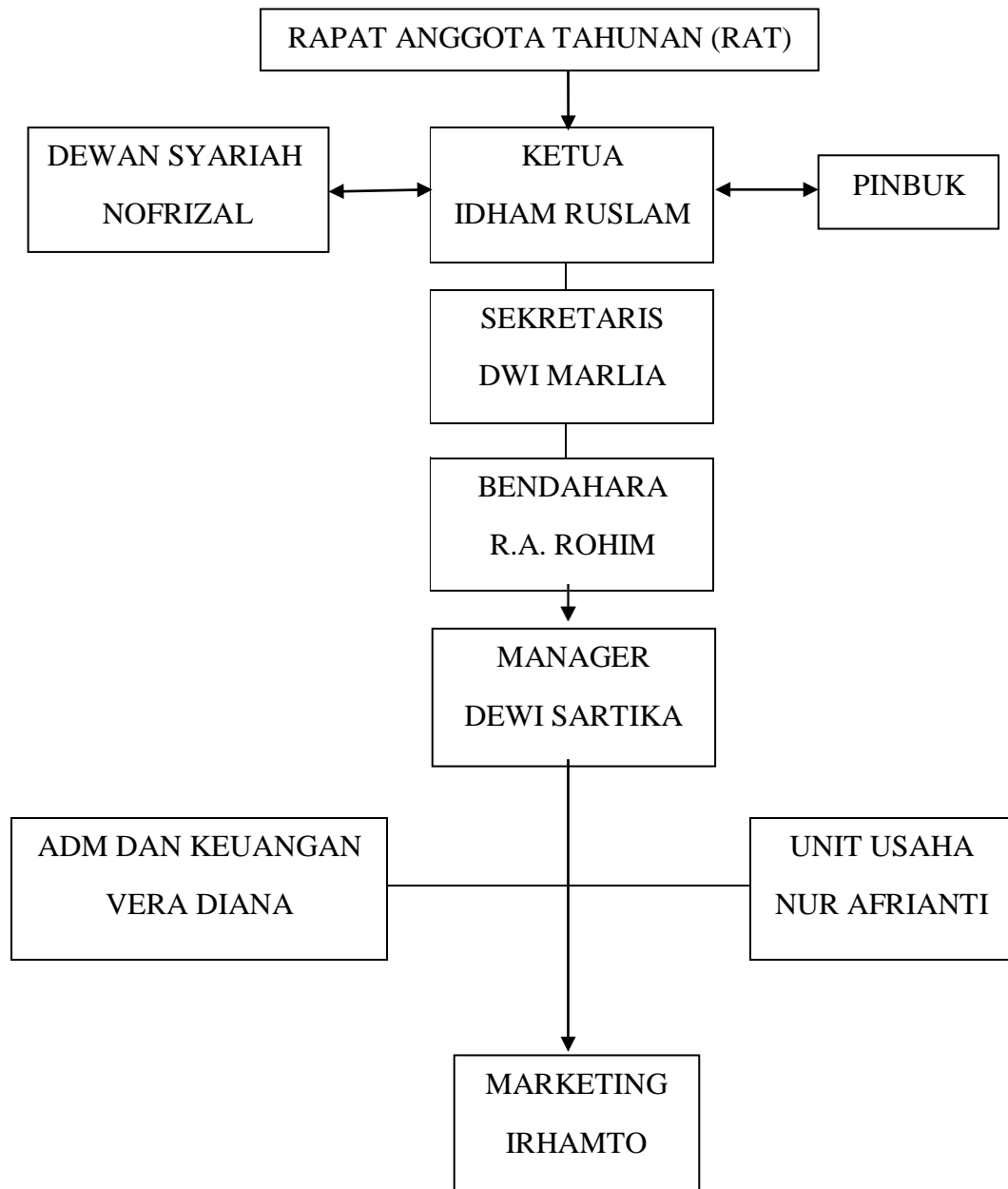
- a. Membantu manajemen perekonomian masyarakat kalangan menengah kebawah
- b. Membantu masyarakat usaha mikro untuk maju secara ekonomi, terbebas dari jeratan rentenir dan meningkatkan kesadaran menabung dan berusaha secara mandiri.
- c. Menumbuh kembangkan kepercayaan masyarakat kepada BMT Al-Aqobah dan mengembangkan BMT Al-Aqobah secara mandiri.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Dokumentasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

#### 4. Struktur Organisasi BMT Al-Aqobah Pusri Palembang

**Gambar 4.1**  
Struktur Organisasi BMT Al-Aqobah pusri Palembang



Sumber: BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, 2018

## B. Deskripsi Responden

### 1. Analisis profil responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-AqobahPusri Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Al-Aqobah di Palembang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik Sampling menurut Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 100 eksamplar dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan berapa lama menjadi nasabah di BMT. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Laki-Laki	58	58%
Perempuan	42	42%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2018

Profil responden berdasarkan tabel 4.1 jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 58 orang atau 58%, sedangkan perempuan sebanyak 42 orang atau 42%, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian ini pada BMT Al-Aqobah Palembang adalah laki-laki.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden Berdasarkan Umur**

<b>Umur</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<20 tahun	8	8%
21-30 tahun	19	19%
31-40 tahun	36	36%
41-50 tahun	22	22%
>50 tahun	15	15%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan umur menjelaskan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 31-40 yakni sebanyak 36 orang atau 36%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 31-40 yakni sebanyak 36 orang atau 36% tahun.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Tabel 4.3**  
**Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Umur</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
SD	2	2%
SMP	8	8%
SMA	48	48%
Diploma	26	26%
Sarjana	16	16%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwa pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah SMA sebanyak 48 orang atau 48%, kemudian SD sebanyak 2 orang atau 2%, SMP sebanyak 8 orang atau 8%, Diploma sebanyak 26 orang atau 26% dan pendidikan Sarjana sebanyak 16 orang atau 16% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya SMA.

**Tabel 4.4**  
**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	19	19%
PNS/TNI/POLRI	14	14%
Pegawai Swasta	22	22%
Wiraswasta	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah

Wiraswasta sebanyak 45 orang atau 45%, kemudian PNS/TNI/POLRI sebanyak 14 orang atau 14%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 19 orang atau 19%, dan Pegawai Swasta sebanyak 22 orang atau 22% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pekerjaannya Wiraswasta.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah BMT yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah BMT**

<b>Berapa Lama Menjadi Nasabah BMT</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1-3Tahun	65	65%
3-6 Tahun	24	24%
>6 Tahun	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 yakni profil responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah BMT menjelaskan bahwa berapa lama menjadi nasabah BMT responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 1-3 Tahun yakni sebanyak 65 orang atau 65%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BMT AL-Aqobah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang berapa lama menjadi nasabah BMT antara 1-3 Tahun yakni sebanyak 65 orang atau 65% tahun.

## 2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan atau Variabel Independen ( $X_1$ )

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Fasilitas	16	56	19	6	3	100	16%	56%	19%	6%	3%	100%
2	Pelayanan	15	68	15	2	0	100	15%	68%	15%	2%	0%	100%
3	Tanggapan	10	56	30	4	0	100	10%	56%	30%	4%	0%	100%
4	Jaminan	16	56	25	2	1	100	16%	56%	25%	2%	1%	100%
5	Perhatian	25	56	18	1	0	100	25%	56%	18%	1%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 56 responden atau 56% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi ( $X_{1.1}$ ).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 68 responden atau 60% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai memberikan pelayanan dengan baik, sabar, dan sopan ( $X_{1.2}$ ).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 56 responden atau 56% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai BMT Al-Aqobah menanggapi keinginan nasabah dengan baik dan cepat ( $X_{1.3}$ ).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 56 responden atau 56% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap BMT Al-Aqobah menjamin kerahasiaan nasabah dalam bertransaksi (X1.4).

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 56 responden atau 56% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap para pegawai BMT Al-Aqobah selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya (X1.5).

### 3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk atau Variabel Independen ( $X_2$ )

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas produk ( $X_2$ ) dapat di uraikan sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk ( $X_2$ )**

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Kebutuhan	23	64	13	0	0	<b>100</b>	23%	64%	13%	0%	0%	<b>100%</b>
2	Persyaratan	15	60	22	3	0	<b>100</b>	15%	60%	22%	3%	0%	<b>100%</b>
3	Kemudahan	15	60	24	1	0	<b>100</b>	15%	60%	24%	1%	0%	<b>100%</b>
4	Kenyamanan	14	53	32	1	0	<b>100</b>	14%	53%	32%	1%	0%	<b>100%</b>
5	Pemahaman	10	71	18	1	0	<b>100</b>	10%	71%	18%	1%	0%	<b>100%</b>
6	Kesan	14	70	15	1	0	<b>100</b>	14%	70%	15%	1%	0%	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 64 responden atau 64% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap sesuai

dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* (X2.1).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60 responden atau 60% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap persyaratan yang dilakukan cukup ringan dan mudah (X2.2).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60 responden atau 60% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kemudahan dalam melaksanakan pencarian pembiayaan *murabahah* (X2.3).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 53 responden atau 53% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa lebih nyaman dan memuaskan pelayanan jasa yang diberikan (X2.4).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 71 responden atau 71% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap lebih mudah dipahami memilih pembiayaan *murabahah* (X2.5).

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 70 responden atau 70% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kesan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sudah baik (X2.6).

4. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* atau Variabel Dependen (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) dapat diuraikan dengan tabel di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)**

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Produk	14	58	19	6	3	100	14%	58%	19%	6%	3%	100%
2	pelayanan	14	68	16	2	0	100	14%	68%	16%	2%	0%	100%
3	Emosi	8	59	29	4	0	100	8%	59%	29%	4%	0%	100%
4	Harga	15	57	25	2	1	100	15%	57%	25%	2%	1%	100%
5	Biaya	27	54	18	1	0	100	27%	54%	18%	1%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 58 responden atau 58% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa puas dengan produk di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y1).

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 68 responden atau 68% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa puas dengan pelayanan di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y2).

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 59 responden atau 59% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa puas

dengan keyakinan dalam produk pembiayaan *mudharabah* di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y3).

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 57 responden atau 57% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap merasa puas dengan harga yang relatif murah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y4).

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 54 responden atau 54% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap Merasa puas dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y5).

## C. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

#### a. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,1996. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

No	Keterangan	Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$ ( $\alpha = \alpha\%$ )	Hasil Validitas
1.	X1.1	0,515	0,1996	Valid
2.	X1.2	0,753	0,1996	Valid
3.	X1.3	0,572	0,1996	Valid
4.	X1.4	0,616	0,1996	Valid
5.	X1.5	0,499	0,1996	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,1996. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

No	Keterangan	Pearson Correlation ( <i>r</i> <sub>hitung</sub> )	<i>r</i> <sub>tabel</sub> (□ = □%)	Hasil Validitas
1	X2.1	0,572	0,1996	Valid
2	X2.2	0,640	0,1996	Valid
3	X2.3	0,750	0,1996	Valid
4	X2.4	0,700	0,1996	Valid
5	X2.5	0,492	0,1996	Valid
6	X2.6	0,377	0,1996	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengolahan data variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari *r*<sub>tabel</sub>, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

c. Variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,1996. Berikut pengujian validitas pada variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan**  
***Murabahah* (Y)**

No	Keterangan	Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$ ( $\square = \square\%$ )	Hasil Validitas
1	Y1	0.498	0,1996	Valid
2	Y2	0.739	0,1996	Valid
3	Y3	0.583	0,1996	Valid
4	Y4	0.611	0,1996	Valid
5	Y5	0.515	0,1996	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil pengolahan data variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y).Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

## 2. Uji Realibitas

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan.Dimana Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari > 0,60 sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\square$ ) < 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )	Nilai Alpha	Hasil Realibilitas
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,721	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,734	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y)	0,720	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.12 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 16.0. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.13**  
**Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas**  
**Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

<b>Uji Kolmogorov-Smirnov</b>	<b>Unstandarize Residual</b>
<b>Nilai Kolmogorov-Smirnov</b>	<b>1,237</b>
<b>Sig.</b>	<b>0,491</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada  $0,491 > 0,05$ . Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$ . Dan sebaliknya apabila *VIF*  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Dari tabel 4.14 diatas diketahui nilai VIF (*variance Inflation Faktor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar scatterplot dimana ketentuannya adalah apabila gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan apabila pada gambar tidak membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disajikan di bawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.047	.244		-.193	.847		
kualitas pelayanan	.017	.311	.368	0.054	.572	.835	1.197
kualitas produk	-.025	.210	-.254	-.119	.517	.835	1.197

a. Dependent Variable: res\_2

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4.15 di atas hasil output menunjukkan nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ) signifikan  $0,572 > 0,05$  dan kualitas produk ( $X_2$ ) signifikan  $0,517 > 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

### E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* ( $Y$ ) Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta				Tolerance
1	(Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
	kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
	kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = 3.064

b<sub>1</sub> = 0,970

b<sub>2</sub> = 0,320

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk

e = Tingkat Error, tingkat kesalahan

$$Y = 3.064 + 0,970X_1 + 0,320X_2$$

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 3.064(positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) maka skor Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) adalah 3.064. Artinya masih tetap ada Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* walaupun nilai X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi X<sub>1</sub> sebesar 0,970 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Pelayanan akan meningkatkan skor Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* sebesar 0,970 dengan menjaga skor Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) akan menurunkan Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*(Y).

Koefisien regresi X<sub>2</sub> sebesar 0,320 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Produk akan meningkatkan skor

Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* sebesar 0,320 dengan menjaga skor Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Kualitas Produk ( $X_2$ ) akan menurunkan Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.124	2	215.562	12.342	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5.466	97	.056		
	Total	436.590	99			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel} > 2,70$  sedangkan apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel} < 2,70$  maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.17 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} 12.342 > F_{tabel} 2,70$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara



bersama/simultan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*(Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.

## 2. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
	kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
	kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel} > 1,984$  sedangkan apabila nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel} < 1,984$  maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sebagai berikut :

a Pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara individu/parsial

terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar = 79,238 terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) hal ini berarti  $t_{hitung} 79,238 > t_{tabel} 1,984$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*(Y).

- b. Pengaruh variabel kualitas produk ( $X_2$ ) secara individu/parsial terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar = 26,666 terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y) hal ini berarti  $t_{hitung} 26,666 > t_{tabel} 1,984$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y).

### 3. Uji Koefisien Determinasi R Square ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *RSquare* dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom *RSquare* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian. Adapun

tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Determinasi R Square**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.994 <sup>a</sup>	.987	.987	.237

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.19 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,987 atau 98,7%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*) adalah sebesar 98,7%, sedangkan sisanya ( $100 - 98,7 = 1,3\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari nilai Sig. *Linearity* dan Sig. *Deviation from Linearity*. Jika nilai Sig.  $< \alpha = 0,05$  maka model regresi adalah linier dan sebaiknya.



memberikan layanan dengan baik, sabar, dan sopan dengan nilai sebesar 68%. Variabel ( $X_1$ ) Kualitas Pelayanan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 79,238 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini bahwa peningkatan nilai margin secara positif mampu meningkatkan minat nasabah dalam pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*. Artinya semakin rendah nilai tingkat margin yang ditetapkan atau ditawarkan oleh BMT maka kepuasan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah* juga akan semakin besar.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Parasuraman dan Berry mengenai indikator-indikator kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsivness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Dan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur'atiah 2011 yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Nasabah Non Muslim Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Medan" yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat memilih bank syariah.

Serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Visa Alvi Sa'adah pada tahun 2015 yang berjudul "Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Terhadap Kepuasan

Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar” yang menyatakan bahwa Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas layanan bank terhadap kepuasan nasabah untuk berinvestasi di BMT Agritama Blitar. Dengan batasan penelitian pada produk simpanan murabahah.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.**

Kualitas Produk ( $X_2$ ) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Menurut Philip Kotler definisi kualitas produk adalah “Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan organisasi jasa untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*(Y). Dari hasil data kuisioner yang paling dominan adalah lebih mudah dipahami memilih pembiayaan murabahah dengan nilai sebesar 71%. Variabel ( $X_2$ ) Kualitas Produk mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada produk Pembiayaan *Murabahah* dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 26,666 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini bahwa peningkatan nilai margin secara positif mampu meningkatkan minat nasabah dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah*. Artinya semakin rendah nilai tingkat margin yang ditetapkan atau ditawarkan oleh BMT maka kualitas pelayanan dalam kepuasan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah* juga akan semakin besar.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Garvin mengenai dimensi produk adalah *performance* (kinerja produk), *Range and Type of Features*, *Reliability and Durability*, *Maintainability and Serviceability*, *Sensory Characteristics*, *Esthical and Image*. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zulkifli pada tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian (0,021) dan nilai koefisien regresi (0,0252). Sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai beli. Dari hasil signifikansi (0,718) dan nilai koefisien regresi (0,11).

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang.**

Kepuasan nasabah (Y) merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau pun jasa di dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Dalam pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah*(Y). Peneliti menguji dengan uji F. Yaitu dilihat dari tabel (*ANNOVA*) bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0.000. Maka dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel antara pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk tabungan( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang(Y) berpengaruh signifikan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan dan kuliatas produk yang diberikan kepada nasabah BMT maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah PUSRI PALEMBANG.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y) pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” yang aktif dalam pembiayaan *murabahah* sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Sehingga semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan “terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” terbukti.
2. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (Y). Sehingga semakin bagus kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang dengan demikian

hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yang menyatakan “terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang” terbukti.

## B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2. Perusahaan (BMT Al-Aqobah Pusri Palembang)

Untuk perkembangan dalam BMT Al-Aqobah Pusri Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada BMT al-Aqobah Pusri Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta tingkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk menjadi daya tarik nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarman. (2001). *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- A. Karim, Adiwarman. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. ( Jakarta: Gema Insani Press. 2001 )
- [accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/](http://accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/)  
PSAK No. 102
- Alima Setiayarini. *pengaruh persepsi nasabah terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan murobahah di BMT Bumi sekar madani*. di akses di ([eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf](http://eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf)) 20 September 2015 jam 20:10 WIB (Skripsi di terbitkan 2008).
- Antonio, M. Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2010). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Cet 1* Jakarta: Gema Insani Press
- Arikunto, Suharsimi. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dokumentasi BMT Insan Mulia Palembang.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghlmia Indonesia.
- Husein, Umar. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Karim, Adiwarman (2008). *Bank Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi) di akses di ([eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf](http://eprints.uny.ac.id/7663/1/1-08412141009.pdf)) 1 february 2017 jam 21:10 WIB (Jurnal di terbitkan 2010).

- Kasmir, SE. M.M.(2010). *Pemasaran Bank, Edisi Revisi* Jakarta : Kencana.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary *Prinsip-Prinsip Pemasaran* , (Jakarta: Raja Grafindo, 2012)
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management 9e*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: penerbit PRENHALLIN DO.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi,
- Mowen, John. C dan Miror, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nasehuddie, Toto Syatori. (2008). *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)*. Cirebon: STAIN Cirebon.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian* Cet. 9 Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nur "atiah. *faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan nasabah non Muslim terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan Murobahah di PT. Bank Syariah mandiri cabang medan* di akses di ([repository.usu.ac.id/xmlui/handle/123456789/28842?show=full](http://repository.usu.ac.id/xmlui/handle/123456789/28842?show=full)) 20 September 2015 jam 20:15 WIB (Skripsi di terbitkan 2011).
- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom.
- Riduwan, Muhammad. (2008). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rochayety, Ety dkk (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. (2002). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sianipar, J.P.G. (2008). *Manajemen Pelayanan Masyarakat*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.

- Soeratno & Arsyad, Lincolin. (2008) *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiyanto, Ahmad (2008). *BMT menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: ISES Publishing.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Visa alvi sa'adah. *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah pada Anggota Bmt Agritama Blitar* di akses di ([repo.iain-tulungagung.ac.id](http://repo.iain-tulungagung.ac.id)) 20 September 2015 jam 20:20 WIB (Skripsi di terbitkan 2015)
- Widyaningrum, Nurul. (2002). *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil*. Bandung: Akatiga.
- [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonista, 2005)
- Zulkifli. "Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah di BMT al-Aqobah Pusri Palembang". (Skripsi tidak diterbitkan 2016)

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Hasil Uji Validitas dan Realibitas

##### a. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

##### Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	kualitas pelayanan
x1.1	Pearson Correlation	1	.346**	.133	-.103	-.046	.515**
	Sig. (2-tailed)		.000	.186	.310	.652	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.346**	1	.185	.357**	.409**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.066	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.133	.185	1	.397**	-.013	.572**
	Sig. (2-tailed)	.186	.066		.000	.901	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	-.103	.357**	.397**	1	.232*	.616**
	Sig. (2-tailed)	.310	.000	.000		.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	-.046	.409**	-.013	.232*	1	.499**
	Sig. (2-tailed)	.652	.000	.901	.020		.000
	N	100	100	100	100	100	100
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.515**	.753**	.572**	.616**	.499**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

b. Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

## Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	kualitas produk
x2.1	Pearson Correlation	1	.204*	.238*	.199*	.213*	.038	.527*
	Sig. (2-tailed)		.042	.017	.047	.034	.705	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.204*	1	.485**	.416**	.071	-.061	.640*
	Sig. (2-tailed)	.042		.000	.000	.486	.549	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.238*	.485**	1	.520**	.164	.153	.750*
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000	.103	.129	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.199*	.416**	.520**	1	.159	.062	.700*
	Sig. (2-tailed)	.047	.000	.000		.114	.542	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.213*	.071	.164	.159	1	.241*	.492*
	Sig. (2-tailed)	.034	.486	.103	.114		.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.6	Pearson Correlation	.038	-.061	.153	.062	.241*	1	.377*
	Sig. (2-tailed)	.705	.549	.129	.542	.016		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
kualitas produk	Pearson Correlation	.527**	.640**	.750**	.700**	.492**	.377**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	7

c. Variabel Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan *Murabahah* (Y)

		Correlations					kepuasaan nasabah
		y1	y2	y3	y4	y5	
y1	Pearson Correlation	1	.323**	.127	-.130	-.036	.498**
	Sig. (2-tailed)		.001	.208	.197	.725	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.323**	1	.202*	.332**	.384**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.001		.044	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.127	.202*	1	.429**	.001	.583**
	Sig. (2-tailed)	.208	.044		.000	.995	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	-.130	.332**	.429**	1	.238*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.197	.001	.000		.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	-.036	.384**	.001	.238*	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.725	.000	.995	.017		.000
	N	100	100	100	100	100	100
kepuasaan nasabah	Pearson Correlation	.498**	.739**	.583**	.611**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	6



## Lampiran 2

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23497318
Most Extreme Differences	Absolute	.324
	Positive	.250
	Negative	-.324
Kolmogorov-Smirnov Z		1.237
Asymp. Sig. (2-tailed)		.491
a. Test distribution is Normal.		

#### b. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
	kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
	kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

## c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.047	.244		-.193	.847		
kualitas pelayanan	.017	.311	.368	0.054	.572	.835	1.197
kualitas produk	-.025	.210	-.254	-.119	.517	.835	1.197

a. Dependent Variable: res\_2

## d. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasaan nasabah * kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	431.959	9	47.995	932.765	.000
		Linearity	430.958	1	430.958	8.375E3	.000
		Deviation from Linearity	1.001	8	.125	2.431	.020
	Within Groups		4.631	90	.051		
	Total		436.590	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasaan nasabah * kualitas produk	Between Groups	(Combined)	103.687	10	10.369	2.772	.005
		Linearity	77.319	1	77.319	20.671	.000
		Deviation from Linearity	26.369	9	2.930	.783	.632
	Within Groups		332.903	89	3.740		
	Total		436.590	99			

### Lampiran 3

#### Uji Analisis Regresi Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
	kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
	kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

### Lampiran 4

#### Hasil Uji Hipotesis

##### a. Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.124	2	215.562	12.342	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5.466	97	.056		
	Total	436.590	99			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

##### b. Uji T (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.064	.283		10.826	.000		
	kualitas pelayanan	.970	.012	.985	79.238	.000	.835	1.197
	kualitas produk	.320	.012	.021	26.666	.000	.835	1.197

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

## c. Uji Determenasi R Square

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.994 <sup>a</sup>	.987	.987	.237

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

