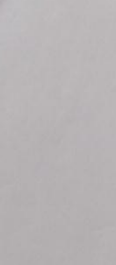
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BPRS.BARAKAH NAWAITUL IKHLAS SOLOK

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah



OLEH:

Dwi Oktavia

3314.294

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

2019 M/1440 H

PENGESAHAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi atas nama **DWI OKTAVIA (3314.294),** dengan judul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok"** Telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Oktober 2019

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr.Iiz Izmuddin , MA	**Novera Martilova**
NIP.197503032001121007	**NIP. 20088118401**

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan petunjuk-Nya untuk memilih jalan yang penuh dengan tebaran berkah, karunia, ilmu serta hikmah. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpahkan kepada junjungan yang kita cintai Nabi Muhammad SAW sebagai sumber ilmu dan inspirator kita semua, karena dengan jasa beliaulah sampai saat ini kita masih dapat menikmati indahnya Islam, nikmatnya Iman dan ajaran perdamaian yang dibawa oleh Islam. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Jurusan S1 Perbankan Syariah untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Adapun judul pada skripsi ini adalah ***"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BPRS BARAKAH NAWAITUL IKHLAS SOLOK".***

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik itu moril maupun materil, teristimewa kepada parents tercinta Bapak **Gusparman** dan Ibu **Elizawati** serta kepada kakak tersayang **Ns.Elfi Aisyah S.Kep** dan adik tersayang **Tri Wahyuli**,adik laki-lakiku **Muhammad Gibran Arsenio** yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada kepada penulis.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis juga kepada:

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.

2. **Bapak Dr. IizIzmudin, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IslamInstitut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.

3. **Ibu Sandra Dewi, SE, MM**selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.

4. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku pembimbing I dan **Ibuk Novera Martilova, SE, ME** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah Bapak danIbukberikan selama penulis menyelesaikan skripsi.

5. Bapak **Fajrul Wadi S.ag** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.

6. Bapak/ibuk pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak/ibuk dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi.

8. Bapak dan Ibuk Selaku Pegawai di BPRS Solok yang telah memberikan kesempatan memperoleh informasi yang penulis butuh kandala menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman - teman seperjuangan yang selalu semangat dalam menggapai cita-cita, terkhususnya untuk keluarga besar PS H 2015, dan Monoi Tercinta yaitu Suci Ghaida Putri, Ade Febri Hafilah, Ivan Syafyan, Novri Rustia, Nurul Fadila, Lesti Syiah Febrian, Titin Suryanti, Fitri Yanti.

10. Dan terkhusus untuk teman sekaligus saudara yaitu Gusrina Yola yang selalu ada buat penulis dalam keadaan suka maupun duka.

11. Dan terima kasih untuk sanak saudara yaitu Emriza, Desfitri Yanti, Maidarlis, Yofita Deswarizal, Pandu Pangestu, Murniati, dan sanak semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT dan memperoleh pahala yang berlipat ganda. Aamiin

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan masukan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Bukittinggi, 2019

Penulis,

Dwi Oktavia

NIM. 3314.294

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK ii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah……1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Batasan Penelitian..... 9

D. Rumusan Masalah 9

E. Tujuan Penelitian 10

F. Manfaat Penelitian 10

G. Penjelasan Judul 11

H. Sistematika Penulisan..... 11

BAB II : PEMBAHASAN

A. NASABAH ……13

1. Pengertian Nasabah…….. 13

2. Pengertian Kepusan Nsabah…….. 13

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah ……17

1. Keunggulan Produk……... 17

2. Rasa Percaya…….. 20

3. Pelayanan…… 22

4. Kualits Pelayanan Atau Jasa…….. 28

5. Kualitas Produk…….. 28

C. Landasan Syariah…….. 29

D. Bank Syariah…… 32

1. Pengertian Bank Syariah……. 32

2. Perbankan Syariah di Indonesia…….. 33

E. Kajian Terdahulu…….. 35

F. Kerangka Pemikiran…….. 37

G. Hipotesis…… 38

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis

Penelitian…….. 39

B. Lokasi Penelitian…… 39

C. Jenis Data dan Sumber Data…….. 39

D. Populasi dan Sampel…….. 40

E. Teknik Pengumpulan Data……. 41

F. Teknik Analisis Data ……..41

1. Uji Instrumen Penelitian……. 42

a. Uji Validitas…….42

b. Uji Reliabilitas…… 43

2. Uji Asumsi Klasik…….. 44

a. Uji normalitas……. 44

b. Uji Multikolonierits…… 46

c. Uji Heteroskedasitas ……46

d. Uji Autokorelasi…….. 47

3. Regresi Linear Berganda…… 48

4. Koefisien Determinan ……..50

5. Uji Hipotesis (Uji T)…….. 50

a. Uji F……..51

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Deskripsi Hasil Penelitian…… 53

B. Profil Responden…….. 68

C. Hasil Uji Penelitian ……...72

1. Uji Instrumen ……72

a. Uji Validitas …….. 72

b. Uji Reliabilitas……74

2. Uji Asumsi Klasik……...75

a. Uji Normalitas ……...75

b. Uji Multikolonieritas……..78

c. Uji Heteroskedasitas……. 80

d. Uji Autokorelasi…… 81

3. Analisis Regresi Linier Berganda…… 82

4. Koefisien Determinan…… 85

5. Uji Hipotesis ……...86

a. Uji T ……86

b. Uji F…… 90

BAB V : PENUTUP

A.Kesimpulan…….. 99

B. Saran ……100

DAFTAR KEPUSTAKAAN

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI PT.BPRS BARAKAH NAWAITUL IKHLAS SOLOK"** yang disusun oleh **DWI OKTAVIA Nim 3314.294**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini dikarenakan untuk mengetahui apakah keunggulan produk, rasa percaya, dan pelayanan terhadap nasabah berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Solok. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling signifikan pengaruhnya terhadap minat nasabah menabung.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis peneliti lapangan *(field research*) yang bersifat deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan angket (*koesioner)*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji autokorelasi , analisis regresi berganda, uji koefisien determinan (R^2), uji T, dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan kepada nasabah yang menabung di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok berpengaruh signifikan terhadap Bank Syariah dengan beberapa temuan. Pertama analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $\mathbf{Y = 4.566 + 0{,}129\ X_1 + 0{,}545\ X_2}$. Kedua, pada uji F menunjukkan nilai F hitung 10,789 > 3.23 dengan sig 0.000 sehingga H_O ditolak dan H_a diterima sehingga X secara statistik a = 5 persen memiliki pengaruh yang positif terhadap nasabah yang menabung di buktikan 0.000 < 0.05.

Kata Kunci : Keunggulan Produk, Rasa Percaya dan Pelayanan terhadap Nasabah Menabung.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang universal yang memiliki tiga aspek utama yaitu: aspek *aqidah*, aspek *syariah*, aspek *akhlak*. *Aqidah* adalah sesuatu yang dengannya diikatkan hati dan perasaan halus manusia atau dijadikan agama oleh manusia dan dijadikannya pegangan hidup. Syariah adalah peraturan dan hukum yang berisi perintah dan larangan yang dibebankan oleh Allah kepada manusia. *Akhlak* (ihsan) adalah engkau beribadat kepada Tuhanmu seolah-olah kamu melihat-Nya sendiri, kalaupun engkau tidak melihat-Nya maka Ia melihatmu. *Aqidah* landasan keimanan muslim yang menjiwai *syariah* (hukum-hukum Islam) dan aturan-aturan mengenai moralitas umat (*akhlak*). Syariah mendasari *muamalah* dan ibadah.*Muamalah* adalah kegiatan umat manusia yang menyangkut hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan binatang, bumi, laut, udara, dan seluruh makhluk Allah yang ada dibumi ini. *Ibadah* adalah mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhanya (Allah).[1]

Allah SWT dengan tegas melarang praktek riba, sebagaimana terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 278 :

---

[1]Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta PT.Raja Grafindo Persada 2014), hal. 6-15

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَذَرُواْ مَا بَقِىَ مِنَ ٱلرِّبَوٰٓاْ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

"*Hai orang –orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman."*

Maksud ayat diatas adalah perintah meninggalkan riba dihubungkan dengan perintah bertakwa. Dengan hubungan itu seakan-akan Allah mengatakan"jika kamu benar beriman tinggalkanlah riba itu, jika kamu tidak menghentikannya berarti kamu telah berdusta kepada Allah SWT dalam pengakuan imammu. Mustahil orang yang mengaku beriman dan bertakwa melakukan praktek riba. Karena perbuatan itu tidak mungkin ada pada diri seseorang pada saat atau waktu yang sama. Yang mungkin terjadi ialah seseorang pemakan riba, atau seseorang menjadi pemakan riba, atau seseorang beriman dan bertakwa tanpa memakan riba.[2]

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank merupakan alternatif bagi masyarakat dalam memilih perbankan yang sesuai terhadap kapitalis dan sistem sosialis. Didalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank telah memperluas daerah operasinya dengan membuka kantor-kantor cabang pembantu, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya. Mencermati perkembangan bisnis perbankan memandang fenomena ini sebagai peluang bisnis yang besar.

[2]DR. Abdullah Bin Muhammad, tafsir Ibnu Katsir,(Jakarta:Pustaka Imam Asy-Syafi'i,2008)hal. 708

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (*survive*) dimasa setelah krisis yang berkepanjangan ini dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas kinerja dari perusahaan perbankan.[3]

Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank untuk menitipkan dana yang dimiliki untuk menghindari risiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah

1. Keunggulan Produk

   Dalam hal ini keunggulan produk-produk yang di tawarkan perbankan menajadi bagian yang penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembngan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahan melakukan pengembangan

[3]Ukmana Machmud Amir,*Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*(Jakarta Erlangga,2010)hal 25-26

produk secara terus menerus. Hanya ada 2 pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam mencapai tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing di pasar.

2. Rasa Percaya

   Kemudian selain keunggulan produk, maka variabel lainnya adalah rasa percaya, hal ini disebabkan karena unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan yang didukung oleh keunggulan produk, serta pelayanan yang di berikan.

3. Pelayanan Terhadap Nasabah.

   Adapun pelayanan terhadap nasabah, pelayan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah, dimana semakin baik kualitas pelayanannya maka akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap perbankan tersebut. Tinggi kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusia.[4]

Ketiga faktor tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu bank. Dalam hal ini keunggulan produk-produk yang ditawarkan perbankan menjadi bagian yang penting untuk mencapai kesuksesan dan

[4]Hand Irawani,*10 Prinsip Kepuasan Nasabah*,(Jakart : ,PT.Elex Media Kompitindo,2004),hal 325-330

kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk terus menerus. Hanya ada 2 pilihan yaitusukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing di pasar.

Dalam kegiatan ini PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok memasarkan produknya dengan melakukan promosi untuk menarik nasabah. Salah satu promosi yang dilakukan ialah dengan menggambarkan kepada nasabah keunggulan produk dari Bank tersebut. Bank berusaha untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan dalam promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.[5]

Tabel 1.1

Perkembangan jumlah nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok 2014-2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	2076
2015	2091
2016	2018
2017	2175
2018	2130

Sumber : Data diperoleh dari Marketing PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok.

[5]Kasmir,*Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2015),hal.246

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah nasabah yang menabung berjumlah di PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas sekitar 2076 nasabah, pada tahun 2015 jumlah nasabah naik menjadi 2091 nasabah yang mengambarkan adanya kepuasan terhadap BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas, pada tahun 2016 jumlah nasabah mengalami penurunan menjadi 2018 nasabah sedangkan pada tahun 2017 mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 2175 dan pada tahun 2018 PT.BPRS. Barakah Nawaitul Ikhlas kembali mengalami penurunan menjadi 2130.[6]

Kemudian selain keunggulan produk, maka variabel lainnya adalah rasa percaya, hal ini disebabkan karena unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan yang didukung keunggulan produk, serta pelayanan .Diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya, dimana semakin baik kualitas pelayanannya maka akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap perbankan tersebut. Tinggi kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya.

Secara garis besar pengembangan produk Bank Syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu:

[6] *Marketing PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok.*

Produk Penghimpunan Dana *(funding)*, meliputi: giro, tabungan, dan deposito. merupakan produk yang berfungsi untuk menghimpun dana dari pihak ketiga (masyarakat) yang surplus dana (kelebihan dana) dan kemudian dana tersebut akan diputarkan dalam berbagai bentuk pembiyaaan.[7]

1. Produk Penyaluran Dana *(lending)*, meliputi: pembiayaan modal kerja, investasi produktif dan konsumtif dan lain-lain. Merupakan produk yang berfungsi untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang deficit dana (kekurangan dana) dalam berbagai bentuk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Produk Jasa *(fee based incom product)*, merupakan suatu produk yang berusaha memberikan berbagai bentuk kemudahan-kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi di perbankan, misalnya jasa transfer, kartu kredit dan sebagainya.[8]

Pertumbuhan Perbankan Syariah akan dihadapkan pada persaingan antara tingkat bunga bank konvensional dengan tingkat bagi hasil yang diterima nasabah. Persaingan tersebut akan mengarah pada faktor pilihan masyarakat dalam berinvestasi. Pada kenyataanya, masyarakat memilih berinvestasi di bank konvensional adalah melihat besarnya tingkat bunga yang ditawarkan. Di samping penjelasan di atas, di sisi lain diperkuat lagi

---

[7]Hand Irawani,*10 Prinsip Kepuasan Nasabah*,(Jakarta:PT.Elex Media Kompitindo,2004),hal 203

[8]Hand Irawani,10 Prinsip Kepuasan Nasabah,(Jakarta,PT.Elex Media Kompitindo,2004),hal 203

dengan keluarnya keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (Fatwa MUI) pada tanggal 16 Desember 2003, yang menetapkan bahwa bunga bank termasuk riba *nasi'ah* yang haram hukumannya, yaitu muncul karena adanya perbedaan, perubahan atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dengan yang diserahkan kemudian. Dengan munculnya Fatwa MUI tentang haramnya bunga bank tersebut, tentu memberikan angin segar terhadap dunia perbankan syariah dan seluruh masyarakat muslim. Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim tentu saja sangat menginginkan adanya tata nilai yang mengatur kehidupan manusia secara syariah sebagaimana yang tertera dalam Al-Qur'an dan Sunnah, dan di sanalah peran bank syariah sangat dibutuhkan.Oleh sebab itu, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan kepuasan dari masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.[9]

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya kepuasan secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, misalnya: motivasi, umur, jenis kelamin,

[9]Ukman Machmud Amir,*Bank Syariah:Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*(Jakarta Erlangga,2010),hal 120-130

pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian, serta yang berasal dari luar, seperti: lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi dan menuangkannya dalam sebuah karya tulis ilmiah, dengan judul

"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung Di PT BPRS. Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok.

B. Identifikasi Masalah

Telah terjadinya fluktuasi jumlah nasabah dari tahun 2014 sampai tahun 2018 mengalami peningkatan dan penurunan terhadap jumlah nasabah yang menabung di PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

C. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan ini penulis membatasi masalah adalah sebagai berikut *"Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung di PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok "*

2. Rumusan Masalah

a. Seberapa besar pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

b. Seberapa besar pengaruh rasa percaya nasabah terhadap kepuasan menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

c. Seberapa besar pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT.Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

d. Bagaimanakah keunggulan produk, rasa percaya, pelayan terhadap nasabah menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

D. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

b. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor rasa percaya nasabah terhadap kepuasan menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

c. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

d. Untuk mengetahui sejauh manakah faktor keunggulan produk, rasa percaya, dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok?

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangkan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Manfaat praktis, yaitu meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan acuan penelitian dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor

mana yang dominan dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

F. Penjelasan Judul

Untuk lebih mudah memahami dan juga menghindari kesalah pahaman dan pembaca maka penulis akan menjelaskan judul penelitian ini yakni :

Kepuasan : Persepsi nasabah bahwa harapanya teah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatiakn kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinabungan yang sebaik-baiknya.[10]

Nasabah : adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan unit usaha syariah.

Menabung : adalah menyisihkan sebagian uang yang kita miliki untuk tujuan tertentu. Bisa dalam satu tahun, lima tahun, sepuluh tahun, atau perencanaan, uang yang ada dalam tabungan tidak boleh diambil dan diganggu.[11]

G. Sistematika Pembahasan

Agar dalam penyusunan proposal ini telah sistematis dan terfokus dalam satu pemikiran maka penulis sajikan sistematika pembahasan, sebagai gambaran umum penulisan proposal.

---

[10] Andri Soermita, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana,2009),hal 74-77

[11] Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*,(yogjakarta : ANDI,2011),hal 68

Bab pertama pendahuluan yang berisikan latar belakang, identifikasi masalah,batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

Bab kedua tinjauan pustaka yang berisikan pengertian nasabah, pengertian kepuasan nasabah,keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan, kerangka pikir, hipotesis.

Bab ketiga metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dan sumber datalokasi penelitian, populasi dan sampel,metode pengumpulan data, jenis dan sumber data.

Bab keempat hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari jenis hasil analisis pengolahan data baik deskriptif maupun pengujian hipotesis yang dilakukan.

Bab kelima berisikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II
PEMBAHASAN

A. **Nasabah**

1. Pengertian Nasabah

Menurut Peraturan pemerintah No.7/7/PBI/2005 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah terbagi menjadi dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpan . Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah/yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan.

Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan danannya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah adalah orang yang paling penting dalam suatu bank. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang tergantung pada nasabah. Bank yang mampu merebut hati nasabah, yang akan diuntungkan dengan peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.[12]

2 .Pengertian Kepuasan Nasabah

Sampai hari ini, kepuasan nasabah masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa

---

[12]R Lerbin Aritonang,*Kepuasan Nasabah dan Penganalisan dengan SPSS*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2005),hal 132-136

apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Tak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan nasabah diformulasikan dan tak perlu mereka tahu bahwa teori kepuasan nasabah masih sampai hari ini didebatkan secara serius. Kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Ini logika dan pengalaman sehari-hari dalam menjalankan bisnis membuktikan hal ini.[13]

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkonstribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Bebarapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

---

[13]Hand Irawani,*10 Prinsip Kepuasan Nasabah*,(Jakarta,PT.Elex Media Kompitindo,2004),hal 255

Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapa pun yang terlibat dalam urusan keputusan nasabah, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah.[14]

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusil, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Disamping itu kepuasan nasabah juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Fakta bahwa menarik nasabah baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan nasabah saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan nasabah. Terlepas dari perdebatan mengenai konsepnya, realisasi kepuasan nasabah melalui perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian

[14]Hand Irawan,*10 Prinsip Kepuasan Nasabah*,(Jakarta,PT.Elex Media Komputindo,2004),hal 203-256

program khusus berpotensi memberikan beberapa manfaat pokok, di antaranya sebagai berikut :

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

   Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pengsa pasar. Fokus pada kepuasan nasabah merupakan upaya mempertahankan nasabah dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati cukup banyak nasabah yang bersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik. Konsumen seperti ini tidak akan mengorbankan tingkat kualitas yang bisa diterima hanya semata-mata untuk penghematan biaya tertentu yang tidak begitu signifikan.
2. Manfaat ekonomis retensi nasabah versus perpetual prospecting
3. Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan nasabah saat ini jauh lebih murah daripada terus-menerus berupaya menarik atau memprospek nasabah baru.
4. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan
5. Berdasarkan konsep "customer lifetime value", upaya mempertahankan loyalitas nasabah terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode

waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.[15]

B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

1. Keunggulan Produk

Penelitian terdahulu (Li dan Calantone, 1998 dan Cooper, 1992) menyarankan bahwa atribut produk seperti: kualitas produk, reliabilitas, terbaru dan keunikan, memberikan gambaran yang lebih nyata dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan ”perbedaan-perbedaan antara alternatif-alternatif pada atribut-atribut yang penting memberikan keunggulan yang jelas” (Li dan Calantone, 1998). Sementara Mital et al (1998) mengemukakan bahwa kinerja yang negatif pada produk atribut mempunyai efek negatif pada kepuasan keseluruhan dan kerja yang positif mempunyai pengaruh positif pada atribut yang sama dan kepuasan keseluruhan menunjukkan pengurangan sensitivitas pada tingkat kinerja atribut.

Berdasarkan tingkatan (level) produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan yaitu

a. Produk inti, yang menawarkan manfaat atau kegunaan utama yang dibutuhkan pelanggan.
b. Produk generik, yang mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk .

[15]Hand Irawan,*10 Prinsip Kepuasan Nasabah*,(Jakarta,PT.Elex Media Komputindo,2004),hal 325-330

c. Produk yang diharapkan, yaitu sekumpulan atribut dan kondisi yang diharapkan pelanggan pada saat membeli.

d. Produk tambahan, yaitu memberikan jasa dan manfaat tambahan sehingga membedakan penawaran perusahaan dan penawaran perusahaan asing.

e. Produk potensial, yaitu segala tambahan dan tranformasi pada produk yang mungkin dilakukan di masa yang akan datang.[16]

Pada dasarnya kesempatan atau peluang suatu perusahaan didalam memutuskan untuk menciptakan produk baru didasarkan pada adanya kesenjangan antara kepuasan nasabah dengan harapan nasabah terhadap suatu produk. (Kodama, 1995, dalam Song dan Parry, 1997) mengemukakan bahwa yang terpenting dalam pengembangan produk baru adalah kemampuan untuk mengubah jarak permintaan (*demand*) dengan harapan yang samar-samar atau tidak jelas menjadi produk yang nyata (*well-defined*) Didalam mengisi kesenjangan tersebut dapat diisi dengan melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada maupun dengan mengembangkan produk yang benar-benar baru.[17]

Selain upaya pengembangan produk baru tersebut perusahaan juga harus mempertimbangkan agar produk baru yang dikembangkan dapat diterima dalam persaingan.

---

[16] Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta : Kencana,2009,)hal 74-77

[17] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogjakarta : Graha Ilmu,2012),hal.54

Adapun karakteristik keunggulan produk baru dalam persaingan dapat ditemukenali dari beberapa hal yaitu:

a. Kualitas produk yang bersangkutan
b. Bentuk dan kemasan yang unik
c. Pelayanan purna jual yang memuaskan
d. Fungsi kepeloporan produk
e. Aneka atau multifungsi produk dan sebagainya.

Perusahaan yang ingin mempunyai produk yang kompetitif harus berorientasi pada teknologi (Gatigon dan Xuereb, 1997). Menurut Urban dan Hauser (1998), penolakan atau kegagalan suatu produk adalah karena produk tersebut tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi sehingga strategi yang perlu dikembangkan perusahaan adalah strategi yang bersifat proaktif. Strategi proaktif dalam pengembangan produk baru dan kebijakan terhadap pasar atau nasabah. Kebijaksanaan tersebut dapat dikonsentrasikan pada teknologi dalam penelitian dan pengembangan, nasabah, dalam hal ini harapan dan keinginan nasabah, atau kedua-duanya.

Atribut yang mendukung keunggulan produk adalah dengan melakukan diferensiasi produk yang komponen- komponennya antara lain adalah produk tersebut harus lebih inovatif dibandingkan dengan produk yang sudah ada, produk tersebut harus mempunyai kualitas yang tinggi, dan yang ketiga produk harus dapat menjembatani keinginan dari

konsumen dengan baik, dalam hal ini diterjemahkan sebagai fungsi daripada produk tersebut.

2 .Rasa Percaya

Oliver (1997) menyatakan bahwa rasa percaya (*trust*) sering dipandang memiliki karakteristik hubungan jangka panjang. Suatu hal yang sangat berbeda dengan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) yang diartikan sebagai respon seketika atas konsumsi. Hal ini menjadi lebih jelas dengan definisi yang ditawarkan oleh Andresson dan Weitz (1989) sebagai "*one party's belief that its needs will be fullfiled in the future by action undertaken by the other party*."

Dalam studi mengenai hubungan antara penyedia-pemakai pada *marketing research intellegance*. Rasa percaya sebagai "keinginan untuk mengendalikan mitra pertukaran yang kepadanya mendapatkan kepercayaan," masih pada penelitian yang sama ditemukan bahwa *trust* secara positif dipengaruhi oleh keinginan nasabah untuk mengurangi ketidak pastian.[18]

Andresson dan Weitz (1989) mendefinisikan rasa percaya sebagai kondisi psikologis yang terdiri dari niat/intensi untuk menerima kelemahan berdasarkan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku orang lain, dari definisi ini perlu dicatat 2 bagian penting yaitu: (1) Rasa percaya berhubungan dengan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku dari partner, sehingga fokusnya adalah pada keyakinan bahwa

[18] Prof. DR. H. Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*,(Bandung : Alfabeta, 2015),hal 299

partnernya akan bertindak dengan tanggung jawab, menunjukkan integritas dan tidak akan melukai partnernya. (2) Rasa percaya berhubungan dengan niat seseorang mengandalkan bahwa partnernya akan menerima kelemahan-kelemahan yang kontekstual.

Penelitian yang dilakukan oleh Oliver (1997) menentukan bahwa pertimbangan evaluasi nasabah secara signifikan mempengaruhi ketersediaan interaksi masa depan. Sementara itu Morgan dan Hunt (1994) pada kasus dimana pembeli memiliki rasa percaya pada supplier maka, akan meningkatkan kerja sama dengan supplier. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dalam suatu hubungan, akan menjadi semakin bernilai hubungan tersebut, dan apabila timbul ketidakpastian maka kedua belah pihak lebih memilih menjaga hubungan tersebut, daripada harus menilai dari awal proses pertukaran.

Doney dan Cannon (1997) dalam penelitiannya mengatakan bahwa perusahaan harus membuat investasi yang signifikan untuk mengembangkan dan memelihara rasa percaya nasabah (*customer trust*). Hasil penelitiannya menyarankan bahwa dengan membangun rasa percaya yang relatif lebih sulit, memakan waktu yang lebih kompleks, akan memberikan sumbangan yang berarti dalam hubungan pembeli–penjual dan akan meningkatkan kesetiaan dan memberikan dampak pada peningkatan kepuasan nasabah.

3 .Pelayanan

Istilah pelayanan adalah terjemahan dari ungkapan bahasa Inggris yakni c*ustomer service*. Untuk bidang bisnis secara umum ungkapan ini diartikan sebagai pelayanan pelanggan. Penerapan konsep *customer service* ini dipelopori di Amerika Serikat oleh bidang bisnis *departemen store* dan barang-barang elektronik. Di Amerika, penerapan konsep yang mengutamakan kepentingan pelanggan ini juga diadaptasi oleh sektor yang melayani masyarakat umum, seperti telekomunikasi. Adaptasi ini dilakukan, tentunya setelah melihat manfaatnya bagi para pelanggan, yang tercermin dari pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan.Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedian layanan kepada pihak yang dilayani. Baik yang dilakukan atas dasar kesukarelaan masing-masing pihak (non-komersial), tujuan komersil antara personal, ataupun karena orang-orang mempunyai keterikatan kerja dalam organisasi yang bertujuan komersil maupun non komersil.

Dengan demikian, layanan itu mungkin diberikan karena satu pihak berkehendak membantu pihak lain secara sukarela, atau adanya permintaan dari pihak lain kepada satu pihak untuk membantunya secara sukarela. Misalnya bantuan yang berkaitan dengan kegotongroyongan antar warga, bantuan perhelatan, bantuan duka cita, bantuan hukum cuma-cuma, pemeliharaan anak yatim/piatu, pemeliharaan orang jompo, dan penyelesaian pekerjaan yang dilakukan oleh para aktivitas dalam

organisasi non komersil seperti lembaga swadaya masyarakat. Dalam hal layanan diberikan karena tujuan komersil, satu pihak akan menyediakan layanan bagi pihak lain dan pihak lain tersebut bersedia untuk membayar. Misalnya, layanan yang diberikan karena ada transaksi jual beli, layanan timbal balik antara pegawai dan perusahaan, layanan timbal balik antara pegawai negeri dan instansi pemerintah tempatnya bekerja, antara pejabat negara dan lembaganya, dan hubungan timbal balik antara atasan dan bawahan sebagai lanjutan hubungan antara posisi dalam organisasi komersil, non komersil maupun instansi pemerintah.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk/jasa akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama perusahaan.[19]

Pelayanan dapat dicitrakan berdasarkan pada dimensi-dimensi kualitas yang dimilikinya, seperti dimensi bukti langsung (*tangible),* kehandalan (*realiability*), daya tanggap (*responsiveness),* jaminan (*assurance*), *emphaty*. Perusahaan yang bersangkutan bisa memilih salah satu atau lebih dari lima dimensi kualitas pelayanan tersebut.

---

[19] Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kerta Jaya,Berbisnis dengan Hati, (Jakarta:Mark Plus CO,2004),hal

Lerbin (2005 : 26) mengemukakan bahwa : ”Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggungjawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.”Menurut Barata (2004 : 10) bahwa : ”Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.”

Tjiptono dan Gregorius (2005 : 39) mengemukakan bahwa : ”Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi.”

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will* expectation, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan menurut Barata (2004 : 13) dapat menyangkut faktor-faktor, sebagai berikut :

1. *Reliability*
   a. Pengaturan fasilitas
   b. Sistem dan prosedur dilaksanakan taat azas
   c. Meningkatkan efektifitas jadwal kerja
   d. Meningkatkan koordinasi antar bagian
2. *Responsiveness*
   a. Mempercepat pelayanan
   b. Pelatihan karyawan
   c. Komputerisasi dokumen
   d. Penyederhanaan sistem dan prosedur
   e. Pelayanan yang terpadu (one-stop-shoping)
   f. Penyederhanaan birokrasi
   g. Mengurangi pemusatan keputusan
3. *Competence*
   a. Meningkatkan profesionalisme karyawan
   b. Meningkatkan mutu administrasi
4. *Credibility*
   a. Meningkatkan sikap mental karyawan untuk bekerja giat
   b. Meningkatkan kejujuran karyawan
   c. Menghilangkan solusi
5. *Tangibles*

a. Perluasan kapasitas

b. Penataan fasilitas

c. Meningkatkan infrastruktur

d. Menambah peralatan

e. Menambah/menyempurnakan fasilitas komunikasi

f. Perbaikan sarana dan prasarana

6. *Understanding the customers*

a. Sistem dan prosedur pelayanan yang menghargai konsumen

b. Meningkatkan keberpihakan pada konsumen

7. *Communication*

a. Memperjelas pihak yang bertanggungjawab dalam setiap kegiatan

b. Meningkatkan efektifitas komunikasi dengan klien

c. Membuat SIM yang terintegrasi

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk

mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.[20]

Adapun faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung antara lain sebagai berikut :

a. Kebudayaan

Kebiasaan yang biasa diatanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.

b. Keluarga

Orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.

c. Sikap dan kepercayaan

Seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang termasuk dalam segi finansialnya.

d. Motif sosial

Kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui penddikan, penampilan fisik yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipengaruhi bila ia menabung.

e. Motivasi

[20]R Lerbin Aritonang,*Kepuasan Nasabah dan Penganalisan dengan SPSS*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2005),hal 300-396

Rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

f. Tingkat pendapatan

Jumlah pendapatan sangat rendah yang hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok saja tidak memungkinkan untuk ditabung karena seluruh pendapatan digunakan untuk konsumsi.

g. Sikap hidup

Sikap hidup yang suka berhemat mendorong seseorang untuk tidak menggunakan seluruh pendapatannya dan menabungkannya sebagian. Sikap hidup hemat didasari oleh lingkungan, pendidikan dan kesadaran akan kebtuhan dan keadaan masa depan. [21]

Menurut Drs.M.Mursid (2010:23), mengemukakan beberapa faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan nasanah menabung, yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan atau Jasa

Nasabah akan merasa puas apabila mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

2. Kualitas produk

Nasabah akan merasa puas apabila hasil kerja dari bank tersebut mempunyai kualitas yang baik dan tidak akan mengecewakan nasabahnya.[22]

---

[21]Heri Sudarsono,*Konsep Ekonomi Islam Cetakan Ketiga*,(Yogjakarta: Ekonosia, 2004),hal 168

[22] Drs. M. Mursid,*Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Bumi Aksara,2010), Cet. 6. Hal 37

3. Emosi, yaitu nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahra orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cendrung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.[23]

Adapapun menurut Boediono (2003:87) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung adalah sebagai berikut :

1. Fitur produk dan jasa, yang meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman,sarana pelayan yang menyenangkan dan sebagainya.
2. Emosi nasabah, agar dapat stabil seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup.
3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa penilaian terhadap jasa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan.[24]

C. Landasan Syariah

Dari penjelasan di atas mengenai pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah dan Bank Umum, Maka terdapat beberapa ayat yang menyangkut mengenai teori tersebut, diantaranya adalah [25]

a. Surat Al-Baqarah ayat 275-276

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ
ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ

[23] J Supranto, *Pengaruh Tingkat Kepuasan Pelanggan*,(Jakarta:PT Rineka Cipta,1997),hal. 152

[24] Boediono,*Pelayanan Prima Perpajakan*,(Jakarta:PT.Rineka Cipta,2003)hal.87

[25] Nafan , *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004),hal. 21-23

مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُو۟لَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ يَمْحَقُ ٱللَّهُ ٱلرِّبَوٰا۟ وَيُرْبِى ٱلصَّدَقَٰتِ ۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾

Artinya :"Orang-orang yang makan (mengambil)riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang - orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangannya);dan urusannya (terserah) kepada allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka ; mereka kekal di dalamya. " (QS.Al-Baqarah: 275).

"Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah.dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran , dan selalu berbuat dosa."(QS.Al-Baqarah:276)

Ayat diatas menyatakan bahwa orang-orang kafir berpendapat bahwa jual beli sama dengan riba. Dan Allah lebih menyukai umatnya yang melakukan jual beli tanpa adanya unsur riba karena Allah benar-benar melarang riba tersebut.

b. Surat Ali Imran ayat 130

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوا۟ ٱلرِّبَوٰٓا۟ أَضْعَٰفًا مُّضَٰعَفَةً ۖ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan."(QS.Ali-Imbran:130

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah melarang kita untuk tidak melakukan riba dan menyuruh umatnya untuk bertaqwa agar umatnya beruntung.

c. Surat An-Nisaa'ayat 160-161

فَبِظُلْمٍ مِّنَ ٱلَّذِينَ هَادُواْ حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَٰتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَن سَبِيلِ ٱللَّهِ كَثِيرًا ﴿١٦٠﴾ وَأَخْذِهِمُ ٱلرِّبَوٰاْ وَقَدْ نُهُواْ عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَٰلَ ٱلنَّاسِ بِٱلْبَٰطِلِ ۚ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَٰفِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya :160. Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalakan bagi mereka, dan karena mereka banyak menhalangi (manusia) dari jalan Allah.

161. Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan Karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih.(QS.An-Nisa'160-161)

Ayat ini menerangkan bahwa Allah telah menyediakan tempat untuk orang-orang yang kafir dan batil di jalannya. Dan Allah pun telah melarang orang-orang kafir tersebut memakan yang halal karena mereka telah melarang umat manusia di jalan Allah.

d. Surat Ar-Rum ayat 39

وَمَآ ءَاتَيْتُم مِّن رِّبًا لِّيَرْبُوَاْ فِىٓ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ فَلَا يَرْبُواْ عِندَ ٱللَّهِ ۖ وَمَآ ءَاتَيْتُم مِّن زَكَوٰةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ ٱللَّهِ فَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka(yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya). (QS.Ar-rum:39

Ayat ini menerangkan bahwa sesuatu riba yang diberikan kepada siapapun tidak akan menambah pahala di jalan Allah melainkan akan menambah dosa yang berlipat ganda.

e. An-Nisa ayat 29

وَمَاذَا عَلَيْهِمْ لَوْ ءَامَنُواْ بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْءَاخِرِ وَأَنفَقُواْ مِمَّا رَزَقَهُمُ ٱللَّهُ ۚ وَكَانَ ٱللَّهُ بِهِمْ عَلِيمًا ﴿٣٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan

perniagaan yang berlaku dengan, suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu.(QS.An-Nisa:29)[26]

D. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Istilah "bank" berasal dari kata Italia "*banco"* yang berarti kepingan papan tempat buku, sejenis meja. Kemudian penggunaannya lebih diperluas menunjukkan "meja" tempat penukaran uang, yang digunakan oleh para pemberi pinjaman dan para pedagang valuta di Eropa, pada abad pertengahan untuk memamerkan uang mereka. Dari sinilah awal mula timbulnya perkataan bank. Secara istilah (*terminology*) ada beberapa definisi bank yang dikemukakan para pakar yang sesuai dengan tahap perkembangan bank itu sendiri. Menurut G. M. Verryn Stuart, *"bank is a company who satisfied other people by giving a credit with the money they accept as a gamble to the other, even though they should supply the new money"*. (bank ialah badan usaha yang diwujudkan untuk memuaskan keperluan orang lain dengan memberikan kredit berupa uang yang diterimanya dari orang lain sekalipun dengan cara mengeluarkan uang baru kertas).[27]

Berdasarkan pengertian ini, bank melakukan aktivitas pasif dan aktif yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*

[26] Naf'an *Pembiayaan dan Mudharabah*,(Yogjakarta:Graha Ilmu,2014)hal 50-65

[27]Lukman Denda Wijaya,Manajemen Perbankan,(Jakarta:Ghalia Indonesia,2008),hal 35-50

spending unit) dan menyalurkan kredit kepada masyarakat yang memerlukan dana (*deficit spending unit*).

Berdasarkan defenisi di atas, Malayu S. P. Hasibuan menjelaskan lebih lanjut bahwa bank sebagai lembaga keuangan berarti bank ialah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan keuntungan dan sosial, bukan hanya mencari keuntungan saja. Menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut Heri Sudarsono, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang yang merupakan barang dagangan utamanya.

2. Perbankan Syariah di Indonesia

Di Indonesia, Bank Syariah pertama kali didirikan tahun 1992 yaitu Bank Muamalat. Pada tahun 1992-1998, hanya ada satu unit bank syariah di Indonesia, maka pada tahun 1999 jumlahnya bertambah menjadi tiga unit. Pada tahun 2000, Bank Syariah maupun Bank Konvensional yang membuat unit usaha syariah telah meningkat menjadi enam unit. Sedangkan jumlah BPRS sudah mencapai 86 unit dan akan terus bertambah. Jumlah bank syariah masih akan terus meningkat dengan masuknya pemain-pemain baru, bertambahnya jumlah kantor cabang

Bank Syariah yang sudah ada, maupun dengan dibukanya *Islamic Window* di bank-bank konvensional.

Pada tahun 1992 dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara *implicit* memperoleh pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), terutama melalui Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Kemudian dipertegas lagi melalui Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 sebagai perubahan terhadap Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992.[28]

Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 ini, akhirnya memberikan peluang terhadap pendirian bank baru yang berpola bagi hasil (syariah) serta memberikan kesempatan pada bank yang menerapkan bunga (konvensional) untuk melayani sistem bagi hasil yang dikenal dengan Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS), atau dalam istilah lain *dual banking system*. Syarat yang ditetapkan ialah harus memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ditunjuk oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan menyisihkan modal kerja yang disediakan oleh bank dalam suatu perhitungan terpisah atas nama UUS. Di antara bentuk Bank Syariah seperti yang terakhir ini ialah Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah. Dalam Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 itu secara jelas telah merubah sebutan bank berdasarkan

[28]M. Syafi'i. Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*,(Jakarta:Gema Insani Press,2001),hal 10-20

prinsip bagi hasil sebagaimana yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 menjadi bank berdasarkan prinsip syariah.

Menurut Wirdyaningsih dkk sebagaimana dikutip oleh Syukri Iska, tujuan dari bank syariah ini dikembangkan ialah untuk:

Memenuhi keperluan pelayanan perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan ditetapkannya sistem Perbankan Syariah berdampingan dengan sistem Perbankan Konvensional (*dual banking system*), pergerakan dana masyarakat dapat dilakukan dengan lebih luas, terutama dalam bahagian yang belum disentuh oleh sistem Perbankan Konvensional yang menerapkan sistem bunga saat ini.Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kerjasama. Dalam prinsip ini diterapkan konsep hubungan antar penanam modal yang harmonis (*mutual investment relationship*). Sementara pada Bank Konvensional konsep yang digunakan ialah hubungan pinjam-meminjam (*debitor to creditor relationship*).[29]

E. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian maka terlebih dahulu penulis mengamati hasil penelitian terdahulu yang relevan yaitu :

1. penelitian oleh Rahmatul Laili (2007) tentang " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Memilih Produk

[29]M. Syafi'i. Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*,(Jakarta:Gema Insani Press,2001),hal 45-65

Menabung dalam Bentuk Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta ". [30]

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode pengambilan sampel non probability sampling dengan jenis sampel purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, dan wawancara. Teknik analisa data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan analisis faktor.

2. penelitian oleh Munawarah (2017) tentang "Analisis Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Kepuasan terhadap Produk Pembiayaan (Studi Kasus PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Pati [31]". Jenis penelitian ini adalah lapangan. Dalam pengumpulan data bersumber dari lapangan, melalui metode wawancara, observasi, dan kuesioner. Selain itu dalam penelitian ini juga digunakan penelitian pustaka (library research) sebagai pendukung kesempurnaan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan berpikir induktif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bagaimana kepuasan dalam memilih menabung.

3. oleh Wahyudin Akmal (2017) " Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi kepuasan Nasabah Menabung pada PT.BPRS Suriah

[30]Rahmatul Laili, " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Memilih Produk Menabung dalam Bentuk Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta ". Januari-Juni 2007

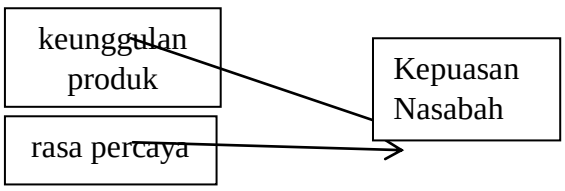
[31]Munawarah , "Analisis Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Kepuasan terhadap Produk Pembiayaan (Studi Kasus PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Pati oktober 2016

Cabang Kudus[32]". Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *Field Research.*Objek penelitian adalah nasabah BPRS Suriah Cabang Kudus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket), observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampling adalah non probability sampling dengan metode insidental sampling. Dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-teori yang digunakan, maka dapat disusun kerangka berpikir berbagai faktor atau variabel yang telah dikenali sebagai masalah penting yang merupakan salah satu timbulnya masalah, diantaranya variabel X_1 (keunggulan produk), X_2 (rasa percaya), Y(kepuasan nasabah).

Gambar 1. Skema Kerangka Pikir



[32]Wahyudin Akmal," Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi kepuasan Nasabah Menabung pada PT.BPRS Suriah Cabang Kudus,januari-juni 2017

G. HIPOTESIS

merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau sub yang diajukan oleh peneliti yang dijabarkan dari landasan teori atau kajian teori dan masih diuji kebenarannya. Berdasarkan paparan teori diatas rumus hipotesis yaitu :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk terhadap produk tabungan pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

$H_0 : X_1 = 0$

$H_a \neq X_1 \neq 0$

2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya terdapat produk tabungan pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

$H_O : X_2 = 0$

$H_a \neq X_2 \neq 0$

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap produk tabungan pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

$H_O : X_3 = 0$

$H_a \neq X_3 \neq 0$

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan, terhadap kepuasan nasabah pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

$H_O : X_1 = X_2 = X_3 = 0$

$H_a \neq X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq 0$

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penlitian yang peneliti ambil adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka, atau data. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.[33] Dalam hal ini penulis melakukan penelitian di PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan di PT.BPRS.Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Lokasi penelitian merupakan tempat yang dimana peneliti mendapatkan informasi secara langsung ataupun tidak langsung. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah Bank tersebut.

C. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diambil dari lapangan(enumerator) dan diperoleh melalui pengamatan, wawancara, kuesioner. Data yang diambil tergantung dari variabel yang diteliti, misalnya keunggulan produk, rasa percaya, dan pelayanan. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli(tidak media perantara).

[33] Suryani,Metode Riset Kuantitatif:teori dan aplikasi pada penelitian pada bidang manajemen dan ekonomi islam,(Jakarta:Prenada Media Grop,2015)hal.173

Karenadata primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai seperti, waktu, biaya, tenaga, dan sebagainya.

2. Sumber Data

Sember data yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioneri dan wawancara

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.273 nasabah aktif pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok
2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populai besar , dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Pada penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel. Yaitu N = ukuran populasi untuk menentukan sampel,[34]

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

Keterangan : n = ukuran sampel

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, sebesar 0,5 %

[34]Sugiono ,metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D,(Alfabeta:Bandung,2011),hal 80

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n=\frac{1.273}{1+1.273.0,15^2}$$

n=42,95 (dibulatkan menjadi 43 responden)

C. Teknik Pengumpulan Data

Angket (kuesioner) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan unsur yang sangat penting dalam setiap kali melakukan penelitian. Semua data yang telah terkumpul, tidak akan berarti jika tidak diadakan penganalisaan, memberikan gambaran, dan arahan serta tujuan dan maksud penelitian.Analisa yang dipakai dalam menganalisis data penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif, yaitu suatu teknik analisis yang dilakukan dengan cara menggunakan data referensi baik berupa litertur maupun dengan artikel-artikel yang berhubungan dengan menggambarkan apa yang terjadi di lapangan.[35]

[35]Muhammad,Metodelogi Penlitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif,(Jakarta:Rajawali Pers,2008),hal 154

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Korelasi *product momen* adalah metode yang digunakan dalam uji validitas ini. Adapun rumus korelasi *product momen* dari pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - \sum XY \sum XY}{(N \sum X^2 - (\sum X^2).(N \sum Y^2 - (\sum Y^2}$$

Ket : r= koefisien korelasi

X=skor setiap item

Y=skor total

N=jumlah responden[36]

Program SPSS, merupakan program yang digunakan untuk menguji apakah masing-masing indikator penelitian valid atau tidak, dilihat dari tampilan *output cronbach Alpha* pada kolom *correlate item- total correlation* dengan perhitungan *r tabel, jika r hitung* lebih besar dari *r* tabel maka dapat di simpulkan semua indikator valid.[37]

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

[36] Achmad Sani Suprianto dan Vivin Maharani, *Metodelogi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia:teori kuesioner dan analisis data,(Malang:UIN-Maliki Press,2013),hal.73*

[37] Misbahuddin dan Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statistik,(Jakara:Bumi Aksara,2013),hal.155

1. Jika $r_{\square itung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid.
2. Jika $r_{\square itung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaa tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan relibilitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan vasilititas untuk mengukur reliabilitas denga uji statistik Cronbach Alpha (a), dimana variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* >0,60.[38]

Adapun berikut *Cronbach Alpha* dalam uji reliable:s

$$r_{11}=\left[\frac{k}{k-1}\right]\cdot\left[1-\frac{\sum\sigma_i^2}{\sigma^2 t}\right]$$

Dimana rumus varians:

$$\sigma^2=\frac{\sum_x 2-\frac{(\sum x)}{N}}{N}$$

Keterangan :

r_{11} = reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

[38] Misbahuddin dan Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statistik,(Jakara:Bumi Aksara,2013),hal.117

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varian total

N = jumlah responden

Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai 1. apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rintangan yang sama, maka ukuran kemantapan Alpha dapat di interpretasikan sebagai berikut:[39]

Tabel Tingkat Reliabilitas

Alpha	**Tingkat Reliabilitas**
0,0 - 0,20	Kurang reliabel
>0,20 - 0,40	Agak reliabel
>0,40 - 0,60	Cukup reliabel
>0,60 - 0,80	Reliabel
>0,80 - 1,00	Sangat reliabels

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam penyajian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang

[39] Achmad Sani Suprianto dan Vivin Maharani, *Metodelogi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia,*hal.71

banyaknya lebih dari 30 angka (n > 30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas, karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian. Uji statistik normalitas yang dapat digunakan di antaranya **Chi-Squrq, Kolmogorov Smirnov, Lilliefors, Shopiri Wilk, Jarque Bera.**

Metode Chi-Square dalam uji normalitas adalah uji Goodness of fit Distribusi Normal. Metode Chi-Square atau X2 untuk uji Goodness of fit Distribusi Normal menggunakan pendekatan penjumlahan penyimpangan data observasi tiap kelas dengan nilai yang diharapkan. Uji Chi-Square sering kali digunakan oleh para peneliti sebagai alat uji normalitas.

$$X^2 = \sum \frac{(Oi+Ei)}{Ei}$$

Ket : X2 = Nilai X2

Oi = Nilai Obervasi

Ei = Nilai expected/harapan, luasan interval kelas berdasarkan normal dikalikan N (total frekuensi) (pi x N)

N = Banyak angka pada data (total frekuensi)

Kriteria uji normalitas adalah:

a) Jika nilai X2 hitung < nilai X2 tabel, maka Ho diterima; Ha ditolak.

b) Jika X2 hitung > nilai X2 tabel, maka Ho ditolak; Ha diterima.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak otogonal. Variabel otogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variabel Inflation Factor* (VIF). Untuk melihat terjadinya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)* dengan kriteria keputusan sebagai berikut :

1) Apabila *tolerance value* > 0.1 dan *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
2) Apabila *tolerance value* < 0.1 dan *VIF* > 10, maka dapat disimpulkan terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua

pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park

d. Metode uji Park yaitu dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat (Lne^2) dengan variabel independen (X_1 dan X_2).

e. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

f. 1. Ho : tidak ada gejala heteroskedastisitas

g. 2. Ha : ada gejala heteroskedastisitas

h. 3. Ho diterima bila Signifikansi > 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan Ho ditolak bila Signifikansi < 0,05 yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

d.Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi diantara data pengamatan, dimana munculnya data tidak dipengaruhi oleh data yang sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi (tidak terjadi autokolerasi).

Dasar Pengambilan keputusan (DW) sebagai berikut:

d < dL atau d > 4-dL	Terdapat autokorelasi
dU < d < 4-dU	Tidak terdapat autokorelasi
dL < d < dU atau 4-dU < d < 4-dL	Tidak ada kesimpulan

3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS. Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = Keunggulan Produk

X_1= Rasa Percaya

X_2= Kepuasan nasabah

a = Konstanta

b = koefisien regresi antara variabel X dan Y

Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serempak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada output SPSS. Dalam beberapa kasus dapat terjadi bahwa secara simultan (serempak) beberapa variabel mempunyai pengaruh yang signifikan, tetapi secara parsial tidak. Penggunaan metode analisis regresi linear berganda memerlukan uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan asumsi linearitas.

Langkah-langkah yang lazim dipergunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah :

1) Koefisien Determinasi;

2) Uji F

3) Uji t.

Persamaan regresi sebaiknya dilakukan di akhir analisis karena interpretasi terhadap persamaan regresi akan lebih akurat jika telah diketahui signifikansinya. Koefisien determinasi sebaiknya menggunakan *Adjusted R Square* dan jika bernilai negatif maka uji F dan uji t tidak dapat dilakukan.

4. Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi yaitu bagaimana dari keberagaman total variabel Y (variabel yang dipengaruhi atau dependen) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keberagaman variabel X (variabel yang mempengaruhi independen)

Berdasarkan hasil regresi berganda, maka selanjutnya dapat dianalisis koefisien determinannya (R^2) yaitu koefisien determinan persial untuk mengukur secara terpisah dampak variabel *independen* (X_1 X_2) terhadap variabel *dependen* (Y). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya , jika (□^{2}) yang diperoleh mendekati 0 (nol), maka dapat dikatakan semakin lemah model tersebut menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat.[40]

5. Uji Hipotesis (Uji t)

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji apakah rata-rata populasi signifikan dengan rata-rata harga tertentu.[41] Maka digunakan rumus :

$$□ = □\sqrt{□ - \frac{2}{1 - □}}$$

40.Danang Sunyoto, Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi, (Bandung : Alfabeta, 2012),hal 138

[41]Sanggih Santoso, Menggunakan SPSS untuk statistic parametric,(Jakarta: PT. Alex Media Komputindo),2005,hal 35

Dimana :

t : nilai t- hitung

r : nilai koefisien korelasi

n : jumlah data pengamatan

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah menentukan $\square_0$ dan $\square_1$:

$\square_0$: $\square_1$= 0, berarti tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variable independen dengan variabel dependen

$\square_{\square}$: $\square_1$ =0, berarti terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independe dengan variable dependen

Pada tingkat signifikan 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. jika sig >0,05, maka $\square$ $\square_1$ diterima
2. Jika sig < 0,05, maka $\square$ $\square_1$ ditolak

a. Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasny a secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Langkah-langkah Pengujian :

1) Merumuskan Hipotesis

H_0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah deposito pada Bank Muamalat KCP Payakumbuh

H_1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah deposito pada Bank Muamalat KCP Payakumbuh

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu:

Cara 1: Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Syariah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

Seiring dengan semakin membaliknya pandangan masyarakat terhadap penerapan konsep syariah islam dalma aspek ekonomi terutama dalam bidang perbankan baik di dunia maupun di Indonesia, merupakan salah satu asal keberadaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam.

PT. BPR Syariah Nawaitul Ikhlas Solok resmi beroperasi tanggal 3 Juni 2008 atas dasar keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor : 10/35/KEP-GBI/065/2008 tanggal 8 Mei 2008. Hingga saat ini telah melayani kebutuhan perbankan syariah masyarakat kecil dan makro .

Berlokasi di Jalan Datuak Papatiah Nan Sabatang No.807 Kelurahan Aro IV Korong Kecamatan Lubuk Sikarah Kotamadya Solok dan telah membuka kantor kas dengan alamat Jl.Kyai Ahmad Dahlan No.7 Pandan Dakek Kota Solok.[42]

Secara umum PT. BPR Syaraih Barakah Nawaitul Ikhlas dalam aktivitasnya menjelaskan dua fungsi perbaikan yakni menghimpun dan dan menyalurkan dan masyarakat. Penghimpunan dana yang dilakukan dapat bersumber dari dana pertama berupa tambahan modal. Dana Pihak Ketiga (DPK) berupa jaminan dan instansi atau bank lain dan dana dari

[42] Data Primer BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

Dana Pihak Ketiga (DPK) yang berasal dari tabungan dan deposito. Sedangkan untuk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan kepada pihak terkait dengan pihak tidak terkait dengan besaran yang suda ditetapkan oleh undang-undang perbankan.

PT.BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok merupakan bank pertama beroperasi di Kota Solok berdasarkan syariat islam yang memberikan bagi hasil kepada nasabah.[43]

2. **Visi dan Misi Serta Moto PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Nawaitul Ikhlas Kota Solok**

a. Visi :

"Menjadikan BPR Syariah yang sehat dan berkebnag memberikan kepuasan serta keuntungan kepada masyarakat (Stakeholder) dengan cara yang islami."

b. Misi :

"Mendorong ekonomi masyarakat mikro dan kecil dalam meningkat taraf hidup menurut syariah islam."

c. Moto

"Melayani dengan Ikhlas."

3. Kode Etik dan Budaya Perusahaan

Kode etik merupakan suatu bentuk peraturan yang tertulis, mengingat dan memiliki sanksi dan dibuat berdasarkan prinsip-prinsip

[43] WWW.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

moral.Setiap banker Indonesia wajib mengelola bank secara sehat dan menghormati norma-norma bank yang berlaku, menaati semua tata nilai sebagai pedoman dasar dalam menetukan sikap dan tindakannya.Kode etik ini merupakan rumusan norma-norma, nilai-nilai tertulis yang disusun dan disepakati bersama banker untuk menjadi pedoman yang harus ditaati. Kode etik ini bersifat universal, agar semua banker mempunyai persepsi yang sama dala m implementasinya.[44]

Agar kinerja PT.BPR Syariah Nawaitul Ikhlas lebih baik lagi, bank ini menerapkan 7 kode etik yang harus dijunjung tinggi oleh seluruh staf karyawannya, diantaranya yaitu :

a. Jujur
b. Bertangguang jawab
c. Visioner
d. Disiplin
e. Kerjasama
f. Adil
g. Peduli

selain itu, PT.BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas juga mempunyai budaya perusahaan agar lebih menjunjung tinggi bank, yaitu :

a. Amanah

[44] WWW.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

b. Loyalitas

c. Madani

d. Ahli

e. Kesungguhan

f. Mandiri

g. Usaha

h. Bersyukur

4. Produk-Produk dan Jasa PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah produk penghimpunan dana BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas dengan akad mudharabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, dan tabungan yang mendapat bagi hasil dari bank.

Manfaat :

a) Aman dan terjamin

b) Bagi hasil kompetitif

c) Penyetoran dan pengambilan dapat dilakukan setiap saat dikantor BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas ataupun melalui sistem “Simpanan bajapuik”

d) Bebas biaya administrasi bulan

Persyaratan :

a) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening
b) Menyerahkan fotocopy KTP,SIM/Paspor
c) Setoran awal minimal RP. 10.000,-

2) Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yaitu tabungan yang bersifat murni titipan dana oleh nasabah kepada pihak Bankdimana nasabah tidak mendapatkan bagi hasil.

Manfaat :

a) Aman dan Terjamin
b) Layanan Antar Jemput
c) Bebas biaya bulanan

Persyaratan :

a) menandatangani formulir pembukaan rekening
b) Menyerahkan fotocopy KTP,SIM/Pasport
c) Setoran awal Rp. 10.000,-

3) Tabungan Kurban

Merupakan Investasi tabungan dengan akad mudharabah untuk mewujudkan niat nasabah menunaikan ibadah qurban. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah qurbannya setiap tahun, sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksaan yang diinginkan.

Persyaratan :

a) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening
b) Fotocopy KTP,SIM/Pasport
c) Setoran awal Rp. 10.000,-

4) Deposito Mudharabah

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan bagi hasil yang menarik, simpanan dana masyarakat akan dikelola melalui pembiayaan sektor rill yang halal dan baik saja, sehingga memberikan bagi hasil yang halal.

Manfaat :

a) Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah
b) Bagi hasil yang kompetitif, porsi bagi hasil deposito berdasarkan jangka waktu :

   1 bulan 30%

   2 bulan 35%

   3 bulan 40%

   12 bulan 45%

c) Fasilitas Automatic Roll Over (ARO) yaitu perpanjangan otomatis deposito, apabila nasabah belum mengambil deposito pada waktu jatuh tempo nasabah masih tetap mendapat bagi hasil
d) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

Karakteristik :

a) Jangka waktu fleksibel: 1,3,6 dan 12 bulan
b) Dicairkan pada saat jatuh tempo
c) Setoran amal minimal Rp. 1.000.000,-

b. Produk Pembiayaan/Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana merupakan produk yang digunakan oleh bank untuk menyalurkan dana dari masyarakat kelebihan dana (surplus unit) ke masyarakat yang kekurangan dana (deficit unit) melalui pembiayaan. Produk pembiayaan di PT BPR Syariah Barakan Nawaitul Ikhlas berupa pembiayaan yang didasarkan atas akad (perjanjian) yang sesuai dengan tuntutan syariah islam, berdasarkan azas kemitraan antara nasabah pembiayaan (debitur) dengan Bank.

Untuk memberikan pembiayaan/penyaluran dana maka perlu melakukan analisan dengan 5C adalah sebagai berikut:

1) Character

Suatu keyakinan bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan pembiayaan benar0benar dapat dipercaya

2) Capcity

Untuk melihat nasabah dalam kemampuannya dalam bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya, kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuan memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah, menjalankan usahanya

dan tentu saja pada akhirnya akan terlihat kemampuannya dalam pengembalian pembiayaan

3) Capital

Untuk melihat kefekyifan dalam penggunaan modal, dilihat dari laporan neraca.

4) Collateral

Jaminan yang diberikan oleh nasabah baik fisik maupun nonfisik

5) Condition

Menilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan masa yang akan datang sesuai sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang ia jalankan.

Jenis-jenis pembiayaan yang terdapat di PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas :

1) Pembiayaan Murabahah (Jual Beli)

Murabahah adalah akad jual beli suatu barang dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, yang sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperoleh. Pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan yang menyediakan barang oleh Bank kepada nasabah berdasarkan

perjanjian jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin yang disepakati/

2) Modal Kerja

Secara umum yang dimaksud dengan pembiayaan modal kerja (PMK) syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

3) Investasi

Pembiayaan investasi merupakan pembiayaan yang diberikan untuk tujuan pengadaan barang-barang modal yang digunakan sebagai faktor produksi.

4) Konsumsi

Merupakan pembiayaan yang digunakan untuk kegiatan pemenuhan kebutuhan,misalnya primer,sekunder, dan tersier.

5) Kendaraan bermotor

Merupakan produk pembiayaan penyaluran dana dari PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas untuk pembelian kendaraan bermotor.

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah yaitu:

a) Fotocopy KTP, dengan kletentuan bagi nasabah yang telah menikah menyerahkan fotocopy KTP suami istri, dan bagi

yang belum menikah menyerahkan fotocopy KTP dan Fotocopy KTP orang tua.

b) Pas Photo
c) Surat Nikah
d) Kartu Keluarga
e) Memiliki jaminan pembiayaan
f) Dapat berupa : BPKB (beserta fotocopy STNK), SHM Sertifikat Hak Milik), deposito dan tabungan.
g) Legalitas usaha (pembiayaan untuk usaha)
h) Slip gaji bagi pegawai
i) Setiap nasabah pembiayaan harus membuka rekening tabungan pinjaman

Ketentuan khusus :

1) Modal Kerja
   a) Menyerahkan nota pembelian sebuah kendaraan, nasabah memberikan 25% dari harga kendaraan tersebut sebagai DP
2) Ijarah Multijasa

Salah satu bentuk pembiayaan yang dapat digunakan nasabah untuk bidang pendidikan,kesehatan dan jasa lainnya,

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah :

a) Fotocopy KTP
b) Pas Photo
c) Surat Nikah

d) Kartu Keluarga

e) Memiliki jaminan pembiayaan, dengan ketentuan:

   i. Jika jaminan kendaraan maka menyerahkan BPKB kendaraan tersebut

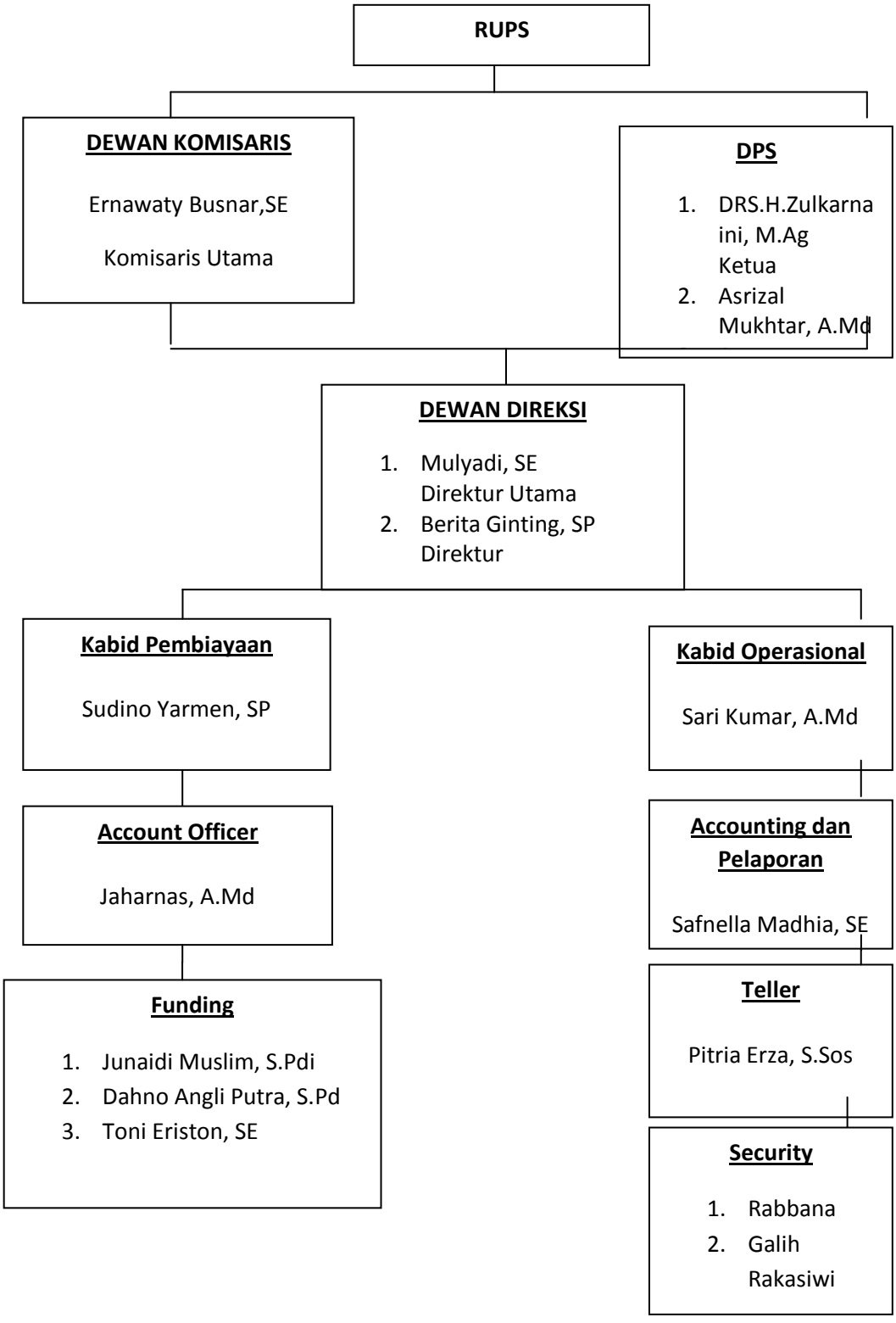
   ii. Jika jaminan tanah maka menyerahkan sertifikat tanah tersebut

f) Slip gaji bagi pegawai

g) Setiap nasabah pembiayaan harus membuka rekening tabungan pinjaman[45]

[45] Data dari BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

5. **Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Nawaitul Ikhlas Kota Solok**



Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari setiap jabatan sebagai berikut:

a. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

RUPS ini bertugas menetapkan pembagian dividen yang diperoleh dalam suatu periode, meminta pertanggung jawaban Dewan Komisaris dan Direksi atau pelaksana an tugas yang telah diamanatkan kepada direksi dalam satu periode, serta mengangkat dan memberhentikan Komisaris dan Direksi.

b. Komisaris

Komisaris bertugas melakukan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan rencana dan anggaran yang telah dibuat dan disetujui dalam RUPS, serta memberikan persetujuan dan penolakan atas permohonan diluar dari batas dan wewenang Direksi.

c. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah ini bertugas sebagai pengawas segala kegiatan dan produk yang akan diperkenalkan kepada masyarakat apakah produk tersebut sistemnya sesuai syariah atau tidak.

d. Dewan Direksi

Dewan Direksi bertanggung jawab keluar dan kedalam hokum atas seluruh kegiatan usaha Bank dan aturan Perbankan yang ditetapkan pemerintah. Dewan Direksi melalui rapat umum pemegang saham (RUPS) harus lulus ujian kelayakan dan kepatutan yang dilakukan

oleh OJK dan kemudian diangkat untuk periode 5 (lima) tahun. Dewan Direksi terdiri dari:

1) Direktur Utama

Mempunyai tugas dan tanggung jawab yaitu:

a) Mengurus dan memimpin seluruh kegiatan di PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok sesuai dengan peraturan dan ketentuan perbankan yang berlaku, baik yang dikeluarkan BI maupun Departemen Agama.
b) Mengamankan dan mengawasi tugas dan pekerjaan PT BPR BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok secara aktif, diantaranya dalam pemberian pembiayaan, penghimpunan dana, persetujuan atas transaksi dengan Bank lain, mengangkat dan memberhentikan karyawan.

2) Direktur

Bertugas dan berwenang serta bertanggung jawab dalam menandatangani laporan keuangan, surat-surat yang berhubungan denga pegawai, surat perjanjian dengan pihak ketiga, surat-surat yang bersifat umum serta menghadiri undangan dari Bank dan lain-lain.

3) Kabid Operasional

Bertugas memeriksa dan memberikan paraf pada nota-nota debet/kredit, buku tabungan dan sebagainya, mencocokkan

saldo kas harian dengan pembukuan dan saldo rekening pada Bank lain untuk dilaporkan pada direksi.

4) Kabid Pembiayaan

Bertugas untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khusunya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.

5) Accounting dan Pelaporan

Mempunyai tugas yaitu:

a. Memeriksa, menyusun dan membukukan seluruh media transaksi kedalam pencatatan harian.
b. Memberikan laporan pad direksi terhadap pembersihan pendataan buku besar.
c. Membuat/ menyusun laporan setiap bulannya tentang laporan keuanagan kepada BI serta pihak yang terkait lainnya.
d. Bertanggung jawab atas pengadministrasian dokumen/surat perusahaan, inventaris perusahaan dan kepegawaian.
e. Account Officer (AO)
f. Merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk mengelola permohonan pembiayaan, sejak dari interview, observasi, pencarian pembiayaan serta terhadap pembiayaan yang menunggak dan macet.

6) Funding

Bagian ini bertugas untuk mengumpulkan dana dengan mencari nasabah yang ingin menabung di PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas serta betugas untuk menjemput tabungan.

7) Teller

Teller merupakan bagian yang bertugas meliputi transaksi penerimaan dan pembayaran tunai serta penyimpanan kas tunai pada perusahaan.Teller bertanggung jawab atas segala atas hal yang berhubungan dengan kas, baik berupa bukti transaksi maupun nominal dari kas tersebut.

8) Seceruty

Merupakan bagian yang berfungsi memastikan tercapainya kondisi lingkungan perusahaan lingkungan yang aman dan kondusif.[46]

B Profil Responden

1. Identitas Responden

Berdasarkan kepada perumusan masalah dan hipotesis penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung pada PT.BPRS Barakah

[46] www.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.co.id

Nawaitul Ikhlas Solok. Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan.

Proses pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan menyebar angket kepada responden selama 5 hari berada di Kota Solok untuk memenuhi kriteria pengambilan sampel. Total jumlah angket yang didapati dari nasabah 44 rangkap, setelah dilakukan pengumpulan kembali tidak ada angket yang hilang maupun rusak, sehingga total angket siap diolah berjumlah 43 rangkap.

Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan, proses klasifikasi hasil penyebaran angket dilakukan secara manual dengan bantuan program *Excel* yang membentuk tabulasi data setelah tahapan tersebut selesai tahapan pengolahan data dapat segera dilaksanakan. Berdasarkan hasil penyebaran angket yang telah dilakukan dapat dikelompokkan demografis yang dimiliki responden yang berpartisipasi di dalam penelitian ini, seperti terlihat dibawah ini.[47]

[47] Data Primer BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-Laki	15	34,88%
Perempuan	28	65,12%
Total	43	100 %

Sumber Data : Data Primer,2019

Pada tabel 4.1 diatas hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden nasabah adalah perempuan yaitu sebanyak 28 responden atau 65,12% dan sisanya sebanyak 15 responden atau 34,88% adalah responden Laki-laki. Kesimpulannya adalah jumlah nasabah menabung yang paling banyak adalah mayoritas perempuan. [48]

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase %
<20 tahun	0	0%
20-30 tahun	15	34,88%
31-40 tahun	6	13,95%
> tahun	22	51,17%
Total	43	100%

Sumber: Data Primer, 2019.

Pada tabel 4.2 diatas hasilnya menunjukkan bahwa responden yang mayoritas menggunakan produk tabungan pada usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 15 responden atau 34,88%.[49]

[48] Data Primer BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

[49] Data Primer BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

2. Tanggapan Responden

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Bagi Hasil dan Pelayan sebagai variabel bebas dan Kepuasan Nasabah menabung menjadi variabel terikat. Data-data tersebut diperoleh dari hasil angket yang peneliti sebarkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari jawaban responden terhadap variabel Independen pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Nasabah Mengetahui Nisbah Keuntungan Didasarkan Dalam Bentuk Persentase

No	Jawaban	Σ	%
1.	Sangat Setuju	34	79.00%
2.	Setuju	10	23,25%
3.	Ragu-Ragu		-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		43	100%

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 43 responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 34 orang, Setuju sebanyak 10 orang.[50]

[50] Data Primer BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

A. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur.[51] Uji Validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid apabila rhitung > rtabel. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 43 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,3008 (df=N-2=43-2=41) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi butir-butir kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada *Correct Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,3008. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.[52]

[51] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PRENADA Media Group, 2013), hal. 60-62.

[52] Output SPSS 20, data primer,2019

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keunggulan Produk X1	X1	0.710	0,3008	Valid
	X2	0.816	0,3008	Valid
	X3	0.818	0,3008	Valid
	X4	0.887	0,3008	Valid
	X5	0.763	0,3008	Valid
Rasa Percaya X2	X2.1	0.776	0,3008	Valid
	X2.2	0.881	0,3008	Valid
	X2.3	0.869	0,3008	Valid
	X2.4	0.869	0,3008	Valid
	X2.5	0.812	0,3008	Valid
Kepuasan Nasabah Y	Y1	0.874	0,3008	Valid
	Y2	0.831	0,3008	Valid
	Y3	0.895	0,3008	Valid
	Y5	0.895	0,3008	Valid
	Y5	0.715	0,3008	Valid

Sumber: Data Primer, 2019 (data diolah di SPSS 20)

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari variabel nasabah menabung (X_1), Keunggulan Produk (X_2),Rasa Percaya dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah valid. Hal ini diketahui karena r_{hitung} pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari pada r_{tabel} yaitu 0,3008 yang artinya semua butir pernyataannya valid dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.[53]

[53] *Data Primer, 2019 (data diolah di SPSS 20)*

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu.[54] Uji Reabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* sampai dengan 1. Tabel berikut ini adalah hasil dari pengujian reabilitas dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bagi Hasil (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
.854	5

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Rasa Percaya (X_2)

Cronbach's Alpha	N of Iteam
.897	5

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	N of Item
.887	5

[54] Suharsimi Harikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998, hal.218.

Tabel 4.8
Hasil Keputusan Uji Reliabilitas

No	Variabel	R Tabel	Croncbach Alpha	Keterangan
1	Keunggulan Produk(X1)	0,3008	0,854	Reliabel
2	Rasa Percaya (X2)	0,3008	0,897	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0,3008	0,877	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2019 (data diolah di SPSS 20)

Berdasarkan dari tabel diatas, nilai Croncbach Alpha dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai R tabel, yaitu :

b. Keunggulan Produk (X1) : 0,854 > 0,3008
c. Rasa Percaya (X2) : 0,897 > 0,3008
d. Kepuasan Nasabah (Y) : 0,877 > 0,3008

Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel diatas reliabel dan variabel yang diteliti dapat dilakukan untuk pengujian selanjutnya.[55]

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka dilakukan pengujian Normalitas data, Multikolinieritas, Heteroske dastisitas dan Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

[55] *Data Primer, 2019 (data diolah di SPSS 20)*

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, pengganggu atau residual atau residul memiliki distribusi normalatau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau tidak mendekati. Berikut adalah salah satu pengujian normalitas dengan menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar.

Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Penerapan pada uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters[a]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.68014498
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.096
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		.747
Asymp. Sig. (2-tailed)		.633

e. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS 20, data primer, 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.8 diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed).* Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam hal ini menggunakan taraf signifikansi 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

1) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.
2) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Dari tabel diatas diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,633. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat

disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal dan variabel yang diteliti dapat dilakukan untuk pengujian selanjutnya.[56]

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak otogonal. Variabel otogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variabel Inflation Factor* (VIF).

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
Keunggulan Produk	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
Rasa Percaya	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

[56] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
Keunggulan Produk	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
Rasa Percaya	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah Menabung

Pada tabel 4.9 di atas, untuk melihat terjadinya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)* dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

3) Apabila *tolerance value* > 0.1 dan *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
4) Apabila *tolerance value* < 0.1 dan *VIF* > 10, maka dapat disimpulkan terjadi multikolinearitas.

Maka dapat disimpulkan bahwa pada model ini tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance value* > 0.1 dan *VIF* < 10 yaitu dengan nilai *0,* 854> 0.1 dan *1,* 171< 10 pada variabel Nasabah Menabung[57]

[57] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji ini dapat dilihat pada hasil uji park, di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedasitas dengan Uji Park

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
	Total_X1	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
	Total_X2	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

Dependent Variable: LN_RES2

Sumber: Output SPSS 20, data primer, 2019.

Dasar pengambilan keputusan dengan Uji Park :

Jika nilai signifikansi (probabilitas) dari variabel independen dibawah 0,05 maka telah terjadi heteroskedastisitas, namun jika berada diatas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Keunggulan Produk (X_1) = 0,400 dan Rasa Percaya (X_2) = 0,000. Yang mana kedua variabel independen ini memiliki nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dalam variabel penelitian ini.[58]

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi diantara data pengamatan, dimana munculnya data tidak dipengaruhi oleh data yang sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi (tidak terjadi autokolerasi).[59] Dasar Pengambilan keputusan (DW) sebagai berikut:

d < dL atau d > 4-dL	Terdapat autokorelasi
dU < d < 4-dU	Tidak terdapat autokorelasi
dL < d < dU atau 4-dU < d < 4-dL	Tidak ada kesimpulan

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

[58] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

[59] Sofyan Siregar, *"Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS",* (Jakarta : Kencana), 2013, hlm.251-252

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.592[a]	.350	.318	3.771	1.687

a. Predictors: (Constant), Keunggulan dan Rasa Percaya

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah spss 20

d	dL	dU	4 - dL	4 - dU
1.687	1.4151	1.6091	2,5849	2,3909

Berdasarkan olah data diatas, dapat dilihat bahwa nilai dU < d < 4-dU = 1.6091 < 1.687 < 2,3909. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.[60]

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Hasil dari uji Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut :

[60] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
	Keunggulan Produk	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
	Rasa Percaya	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: Y = a + b*X1* + b*X2* maka, **Y = 4.566 + 0,129X1 + 0,545X2**

Interprestasi dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1) Konstanta (a)

Persamaan regresi linier berganda diatas diketahui mempunyai konstanta sebesar 4.566. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel- variabel indpenden Keunggulan Produk (X_1) dan Rasa Percaya (X_2) diasumsikan dalam keadaan tetap, maka nilai variabel Kepuasan Nasabah Menabung (Y) adalah sebesar 4.566

2) Keunggulan Produk (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah (Y)

Koefisien regresi X1 (Keunggulan Produk) sebesar 0,129 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai keunggulan produk sebesar 1 satuan maka meningkatkan nilai kepuasan nasabah menabung sebesar 0,129 satuan. Sebaliknya, jika variabel keunggulan produk mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah menabung juga akan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka kepuasan nasabah deposito akan mengalami penurunan sebesar 0,129 dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.

3) Rasa Percaya (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Y)

Koefisien regresi X2 (rasa percaya) sebesar 0,545 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai rasa percaya sebesar 1 satuan maka meningkatkan nilai Kepuasan Nasabah menabung sebesar 0,545 satuan. Sebaliknya, jika variabel rasa percaya mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka Kepuasan Nasabah menabung juga akan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka kepuasan nasabah menabung akan mengalami penurunan sebesar 0,545 dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.

4) Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).[61]

[61] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

4. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi R^2 mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel kepuasan nasabah menabung. Bahwa pengujian ini berguna untuk mengetahui signifikansi veriabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan SPSS 20 sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

P

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.592[a]	.550	.318	3.771	1.687

a. Predictors: (Constant), keunggulan produk dan rasa percaya

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah Menabung

P

ada tabel di atas angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,350 (berasal dari 0,592 x 0,592). Nilai *R Square* berkisar antara 0-1. Hasil nilai *R Square* sebesar 0,550, artinya kontribusi dari variabel Keunggulan Produk (X_1) dan Rasa Percaya (X_2) adalah 74% terhadap Kepuasan

Nasabah Menabung (Y). Sedangkan sisanya 26% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang penulis lakukan.[62]

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil dari uji t berdasarkan dengan pengujian menggunakan SPSS 20:

Tabel 4.15
Hasil Uji T
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
	Keunggulan Produk	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
	Rasa Percaya	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

[62] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.566	3.096		1.475	.148		
	Keunggulan Produk	.129	.152	.117	.850	.400	.854	1.171
	Rasa Percaya	.545	.140	.537	3.894	.000	.854	1.171

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah Menabung

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Keunggulan Produk)

    1) Merumuskan Hipotesis

H_0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

H_1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu:

Cara 1: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} variabel kepuasan nasabah sebesar 1.475 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = α/2 ; n-k-1 = 0,05/2 ; 43-2-1=40 = 0,025 ; 40)* dan nilai thitung sebesar 0,850 . Karena nilai thitung < ttabel yaitu 0,850< 3.23. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keuggulan produk dengan kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Serta berdasarkan signifikasi t sebesar 0.323 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05. Maka 0,323 > 0,05 dengan demikian H_0 diterima.

2. Variabel X_2 (Rasa Percaya)

1) Merumuskan Hipotesis

H_0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

H_1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu:

Cara 1: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} variabel rasa percaya sebesar 1,475 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = α/2 ; n-k-1 = 0,05/2 ; 43-2-1=40 = 0,025 ; 43)* dan nilai thitung sebesar 1.475 . Karena nilai thitung > ttabel yaitu 1.475 > 3.23. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Serta berdasarkan signifikasi t sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka 0,000 < 0,05 dengan demikian H_0 ditolak.[63]

[63] *Output SPSS 20, data primer, 2019.*

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan terhadap variabel terikat). Berikut adalah hasil dari pengujian uji F :

Tabel 4.16
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.849	2	153.424	10.789	.000[b]
	Residual	568.826	40	14.221		
	Total	875.674	42			

a. Predictors: (Constant), keunggulan produk dan rasa percaya

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah Menabung

Sumber: data diolah spss 20

Langkah-langkah Pengujian :

1) Merumuskan Hipotesis

H_0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

H_1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu:

Cara 1: Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji f di atas diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 3.23 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = k ; n-k = 2 ; 43-2 =2 ; 41)* dan nilai f_{hitung} sebesar 10.789 . Karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 10,789 > 3.23. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Serta berdasarkan signifikasi f sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka 0,000 < 0,05 dengan demikian H_0 ditolak.[64]

II. Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran angket kuesioner yang telah dilakukan pada nasabah BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok mengenai Analisis Pengaruh keunggulan produk dan rasa percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Dalam menentukan Kepuasan Nasabah ada beberapa faktor yang menjadi penyebab munculnya

[64] *data diolah spss 20*

kepuasan nasabah tersebut antara lain kualitas produk (keunggulan produk), kualitas pelayanan, rasa percaya, dan. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah keunggulan produk dan rasa percaya yang diberikan oleh pihak bank tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok baik secara parsial maupun simultan.

Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis penelitian, terlebih dahulu penulis menyiapkan dan mengumpulkan beberapa data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Lalu menyebarkan angket penelitian sebanyak 43 rangkap ke responden yang ada di PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Setelah menyebarkan angket tersebut, dilakukanlah tabulasi data menggunakan Ms. Excel dan kemudian mengolah data penelitian menggunakan SPSS 16.

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linear berganda karena variabel independen lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk memperkirakan atau menghitung Variabel X_1 (keunggulan produk) dan X_2 (rasa percaya) yang mempengaruhi Variabel Y (Kepuasan Nasabah Menabung), setelah analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan Y = **4.566 + 0,129X1 + 0,545X2.**

a. Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah menabung bernilai positif yaitu sebesar 0,129 yang menyatakan bahwa setiap penambahan nilai 1 satuan pada

variabel Bagi Hasil akan meningkatkan nilai pada Kepuasan Nasabah sebesar 0,129 dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dengan kepuasan nasabah deposito. Hal ini terbukti pada hasil uji t dan diperoleh nilai t_{tabel} variabel Bagi Hasil sebesar 1,999 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = α/2 ; n-k-1 = 0,05/2 ; 43-2-1=40 = 0,025 ; 40)* dan nilai t_{hitung} sebesar 0,850 . Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 0,850 < 0,323. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Keunggulan Produk tidak mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung.Hal ini tidak sesuai dengan teori yang disampaikan oleh **Rambat Lupiyoadi** bahwa dengan meningkatkan keunggulan produk maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Meningkatnya kepuasan nasabah ini diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan pelanggan (*Customer Retention*) yang pada akhirnya akan menghasilkan profit yang lebih besar. Tentu saja hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan di Bank BPRS

bahwa secara parsial keunggulan produk tidak mempengaruhi kepuasan nasabah yang menabung.[65]

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iwan Budiyono (2013) bahwa dalam penelitian tersebut di dapatkan hasil yang sama yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah menabung.[66]

b. Pengaruh Rasa Percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan pengaruh Rasa Percaya bernilai positif yaitu sebesar 0,545 yang menyatakan bahwa setiap penambahan nilai 1 satuan pada variabel rasa percaya akan meningkatkan nilai pada Kepuasan Nasabah sebesar 0,545 dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung. Hal ini terbukti pada hasil uji t yang diperoleh nilai t_{tabel} variabel pelayanan sebesar 0,850 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = α/2 ; n-k-1 = 0,05/2 ; 43-2-1=43 = 0,025 ; 43)* dan nilai thitung sebesar 3,894 . Karena nilai thitung > ttabel yaitu

---

[65] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa,* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm 229-230

[66] Iwan Budiono, *Analisis Pengaruh keunggulan produk dan rasa percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Perbankan Syariah Kota Semarang)* Prosiding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi ke-2, Politeknik Negeri Bali, 17 – 18 Mei 2013

3.894 > 0,323. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa rasa percaya tidak mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung[67]. Hal ini juga sesuai dengan teori yang disampaikan oleh **Rambat Lupiyoadi dan Hendry Irawan,** yang menyatakan bahwa rasa percaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan rasa percaya yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Tentu saja hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok, bahwa rasa percaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung.[68]

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tuti Hastuti (2013) bahwa dalam penelitian tersebut di dapatkan hasil yang sama yaitu rasa percaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung.

---

[67] Iwan Budiono, *Analisis Pengaruh keunggulan produk dan rasa percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Perbankan Syariah Kota Semarang)* Prosiding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi ke-2, Politeknik Negeri Bali, 17 – 18 Mei 2013

[68] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa,* (Jakarta : Salemba Empat, 2013), Hal 228

c. Pengaruh Keunggulan Produk dan Rasa Percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung

Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan regresi linear berganda, dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung.

Dimana diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 3,143 *(diperoleh dengan cara mencari nilai df = k ; n-k =2 ; 43-2 =2 ; 41)* dan nilai f_{hitung} sebesar 10.789 . Karenanilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 10,789 > 3,23. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

Nilai *R Square* dalam penelitian sebesar 0,550, artinya kontribusi dari variabel Keunggulan Produk(X_1) dan Rasa Percaya (X_2) adalah 74% terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Y). Sedangkan sisanya 26% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang penulis lakukan, yaitu pelayanan,tingkat pendapatan,kualitas produk,kualitas pelayanan atau jasa.

Variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini hanya memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 26%, mungkin hal tersebut tidak terlalu berpengaruh bagi nasabah. Keunggulan Produk dan

Rasa Percaya memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam penelitian ini.

Menurut Eugene W anderson dan Vikas Mittal menguraikan bahwat tidak selalu keunggulan nasabah menghasilkan seperti yang diharapkan. Sering kali, bank menghubungkan kepuasan nasabah ini dengan keuntungan yang akan diperoleh. [69]

Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa dengan meningkatkan keunggulan produk dan rasa percaya maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Meningkatnya kepuasan nasabah ini diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan pelanggan (*Customer Retention*) yang pada akhirnya akan menghasilkan profit yang lebih besar.

Dua bank mungkin akan memiliki tingkat kepuasan yang sama, tetapi hubungan dengan mempertahankan nasabah akan berbeda, untuk lebih memahami pengaruh kepuasan ini terhadap upaya mempertahankan nasabah, bank harus melihat daya tarik masing-masing alternatif dan juga kesulitan kesulitan yang dihadapi dalam implementasinya terutama dari segi tingkat bagi hasil yang diberikan dan pelayan yang bagus terhadap nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Keunggulan Produk dan Rasa Percaya yang bagus akan meningkatkan kepuasan nasabah

---

[69] Eugene W anderson dan Vikas Mittal, *Kepuasan Pelayanan Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2004) hlm 37

menabung. Namun, keunggulan produk memiliki hubungan yang lemah terhadap kepuasan nasabah menabung. Sedangkan rasa percaya memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan menabung. Pelayanan menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dan ini bisa menciptakan nasabah akan loyal terhadap bank.

Apabila kedua variabel ini diterapkan dengan baik oleh pihak bank, maka nasabah menabung akan betah dan nyaman melakukan transaksi menabung sesuai dengan jenis tabungan yang digunakan. Kepuasan nasabah menabung yang tinggi akan memberikan efek positif bagi bank. Hal ini bisa memberikan keuntungan yang banyak bagi kedua belah pihak, baik nasabah maupun bank itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tuti Hastuti (2013) yang mana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung.[70]

[70] Tuti Hastuti, *Kualitas keunggulan produk dan rasa percaya Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan pada Bank Syariah* (Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2, Nomor 1, April 2013)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menabung pada PT.BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung, dengan beberapa temuan.

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah, yang mana hasil t_{hitung} untuk variabel X_1 (Keunggulan Produk) lebih kecil dari t_{tabel}, yaitu 0,850 < 0,323. Hal ini terjadi karena kebanyakan nasabah di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok tidak terlalu mengharapkan porsi keunggulan produk yang begitu tinggi dan memilih produk dtabungan dikarenakan telah sesuai dengan aturan syariah.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa percaya dengan kepuasan nasabah menabung, yang mana hasil t_{hitung} untuk variabel X_2 (Rasa Percaya) lebih besar dari t_{tabel}, yaitu 3,894 > 0,323. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat nilai rasa percaya maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah menabung dan sebaliknya dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk dan rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung, yang mana hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ = 10,78 > 3,23. Dan hasil Koefisien Determinasi (R^2) adalah 0,550, berarti variabel keunggulan produk dan rasa percaya mempengaruhi

kepuasan nasabah sebesar 74%, dan 26% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti seperti. Hal ini membuktikan bahwa ketika keunggulan produk dan rasa percaya dilakukan dengan baik secara bersama-sama maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah menabung di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan sebagai berikut :

1. Untuk Pihak Bank

   Seharusnya pihak bank harus memperhatikan dan mempertahankan kualitas keunggulan produk yang diberikan kepada nasabah disaat melakukan transaksi di bank. Hal ini akan membuat nasabah lebih nyaman dan betah saat berada di bank. Walaupun nasabah sering kali tidak memperhatikan masalah ini, pihak bank harus mampu menjelaskan berapa besar porsi nisbah atau persentase bagi hasil yang akan diperoleh oleh kedua belah pihak.

2. Untuk Pihak Akademik

   Penelitian ini merupakan temuan pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam meneliti kepuasan nasabah menabung di BPRS. Hendaknya temuan ini menjadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik. Karena dalam dunia perbankan semua variabel yang diangkat

dalam penelitian ini menjadi penting untuk di praktikkan terkhusus untuk pengembangan dunia perbankan syariah.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan pengaruh keunggulan produk dan rasa percaya terhadap kepuasan nasabah menabung pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok

Selain keunggulan produk dan rasa percaya tentu masih banyak faktor lain yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya, maka dari itu peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor lain atau dengan menambah variabel yang belum dipakai oleh peneliti, agar penelitian ini semakin berkembang.

Terkait dengan teknik penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak karena adanya keterbatasan waktu penelitian. Dalam hal ini sasaran penelitian terfokus pada nasabah menabung yang bertransaksi pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok.

DAFTAR KEPUSTAKA

Adiwarman A. Karim . Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan , Jakarta : PT. Raja Grafindo persada, 2014.

Aisyah, Siti. 2009 pemberdayaan Melalui Bank Syariah Berbasis kearifan Lokal , Jurnal manajemen gajayana vol.6, No.2.

Antonio, Muhammad Safie'i , 2001. Bank Syariah dari teori ke praktik . Jakarta : Gema Insani.

Antonio, Muhammad Safie'i , 2006. Bank Syariah dari teori ke praktik . Jakarta : Gema Insani.

Asnawi, Nurmasyuri.2011 metodologi riset manajemen pemasaran Malang, Maliki press.

Azhar basyir, ahmad.2000 Asas- asas Muamalat (Hukum perdata Islam). Yogyakarta: UII PRESS.

Bangun, Wilson 2012 . Manajemen Sumber daya Manusia. Bandung , Erlangga. Bank Indonesia, Outlook Perbankan Syariah, Bank Indonesi, 2013.

Moeheriono, 2012. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi, Jakarta , Rajawali press.

Mujahidin, Akhmad.2010. penguatan usaha ekonomi umat melalui perbankan syariah, ACIS ke 10 Banjarmasin.

Ninu lamatenggo, Hamzah , teori Kinerja dan pengukurannya, Jakarta , Bumi Aksara.

Purhantara, wahyu 2010. Metode penelitian kualitatif untuk Bisnis . Yogyakarta , Graha ilmu.

Qardhawi, yusuf 1997. Norma dan Etika ekonomi islam , jakarta ,Gema Insani Press.

Soemitro, Andri, 2010 Bank dan Lembaga keuangan Syariah ; Jakarta . Kencana.

Sugiono.2007. metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R&D , Bandung, Alfabeta.

Sugiono.2014. metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R&D , Bandung, Alfabeta.

Sulhan M , Ely siswanto , 2008 , Manajemen Bank :konvesional dan syariah . Malang : UIN malang pers.

Sumar'in . 2012. Konsep kelembagaan bank syariah , Yogyakarta : Graha Ilmu.

Undang – undang No. 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah.

Umam , khotibul , 2016 perbankan syariah, Dasar- dasar dan perkembangannya di indonesia , jakarta , Raja Grafindo Persada

Wijaya, Tony. 2013. Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis . yogyakarta : Graha Ilmu.

Yusuf Muri, 2014 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian gabungan , jakarta: Prenada Media Group.

Yuliandi , imamudin , 2001, Ekonomi islam sebuah pengantar, Yogyakarta: LPPI.