# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN ETIKA LAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK PEMBIAYAAN AMANAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH PERSERO UPS MANGGIS BUKITTINGGI

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat*

*Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada*

*Program Studi S1- Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

**HESTI RAMADANI**

**NIM: 3319120**

**S1 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI**

**TAHUN AKADEMIK 1444 H/2022 M**

## SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama / Nim | : Hesti Ramadani / 3319120 |
| Tempat, Tanggal Lahir | : Payakumbuh, 01- 12 -2000 |
| Fakultas / Program Studi | : FEBI / Perbankan Syariah |
| Judul Skripsi | : Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi. |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul diatas adalah benar hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya penulis, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku agar gelar keserjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 10 Juli 2023Yang menyatakan,

**Hesti Ramadani**

**NIM 3319120**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Hesti Ramadani NIM : 3319120 dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi".** Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui ke Sidang Munaqasah.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Juli 2023

Pembimbing

**Dr. Hesi Eka Putri, SE, M.Si.**

**NIP : 197409082006042002**

# ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi" .** Disusun oleh Hesti Ramadani NIM 3319120, Program Studi S1- Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetauhi Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel berdasarkan jumlah popolasi dikarenakan jumlah popolasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil keseluruhan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear bergadanda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Berdasarkan uji hipotesis menunjukan bahwa variabel kualitas produk dan etika layanan islami secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah,, dengan nilai signifikan 0,000 <0,05. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah dengan nilai segnifikan 0,024 < 0,05. Kemudian variabel etika layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah, dengan nilai signifikan 0,003 < 0,05.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan nahwa kualitas produk dan etika layanan islami memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi. Hal ini tentunya memberikan kontribusi kepada pegadaian syariah untuk dapat meningkatkan lagi etika layanan islami untuk menarik nasabah Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.


**Kata Kunci : Kualitas Produk, Etika Layanan Islami dan Kepuasan Nasabah**

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahi rabbil 'alamin*. Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyususnan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi".** Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), Strata Satu (S1) pada Program Studi S1-Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai dengan berkat dukungan dan bantuan dari segala pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus pada kesempatan ini disampaikan terimakasih kepada:

Yang teristimewa kepada ayahanda **Aldison** dan ibunda **Susi Hartati**, seterusnya kepada adik tersayang **Habibburrahman, Alfaizah Fitri, Muhammad Alvischo** dan **Muhammad Alfatih**. Berserta keluarga besar yang telah memberikan segala daya dan upaya dalam mendukung baik moral maupun materil dan membiayai penulis dari kecil sampai menyelesaikan perkuliahan ini.

Dan yang terhormat kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Ridha Ahida, M. Hum**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta Bapak/Ibu Wakil Rektor.
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinngi.
3. Bapak **Baginda Parsaulian, M.E**, selaku Ketua Program Studi S1-Perbankan syariah.

4. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si**, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak **Dr. Asyari, S.Ag, M.Si**, selaku Dosen Pembimbing Akademikyang selalu mengarahkan, membimbing dan mempermudahkan urusan penulis dalam bidang aademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinngi khususnya Dosen FEBI yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Pegawai Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN)Sjech M. Djamil Djambek Bukittinngi yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibuk Mutia Rahayu, S.H selaku penaksir di Pegadaian Syariah Manggis Bukittingi serta Bapak Kasmi Agusar selaku kasir di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi yang bersedia memberikan inormasi mengenai pembahasan skripsi ini.
9. Teman-teman Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinngi khususnya Program Studi S-1 Perbankan Syariah, lokal PS-C 19, yang memberikan support dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat **Ulfani Septiana** dan **Raci Wilanda** yang telah memberikan support dan semangatnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga arahan, bimbingan dan semangat yang diberikan Bapak dan Ibu serta teman-taman menjadi amal ibadah dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Skripsi ini diselesaikan dengan sepenuh kemampuan, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritis dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Dengan kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagipembaca.

Bukittinggi, Juli 2023

Penulis

**Hesti Ramadani**

**NIM. 3319120**

## DAFTAR ISI

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**
**PERSETUJUAN PEMBIMBING**
**ABSTRAK**
**KATA PENGANTAR**
**DAFTAR ISI ..... i**
**DAFTAR TABEL ..... iv**
**DAFTAR GAMBAR ..... v**
**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**
A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Identifikasi Masalah ..... 12
C. Batasan Masalah ..... 12
D. Rumusan Masalah ..... 12
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian ..... 13
F. Penjelasan Judul ..... 15

**BAB II LANDASAN TEORI ..... 18**
A. Pembiayaan ..... 18
1. Pengertian Pembiayaan ..... 18
2. Unsur-Unsur Pembiayaan ..... 19
3. Tujuan Pembiayaan ..... 20
4. Fungsi Pembiayaan ..... 21
5. Jenis-Jenis Pembiayaan ..... 23
6. Pembiayaan Amanah ..... 27
B. Kepuasan Nasabah ..... 28
1. Pengertian Kepuasan Nasabah ..... 28
2. Strategi Kepuasan Nasabah ..... 29
3. Dimensi Kepuasan Nasabah ..... 31
C. Kulaitas Produk ..... 33
1. Pengertian Kualitas Produk ..... 33
2. Dimensi Kualitas Produk ..... 36
D. Etika Layanan Islami ..... 37
1. Pengertian Etika Layanan Islami ..... 37
2. Nilai-nilai Etika Layanan Islami ..... 39
E. Pegadaian Syariah ..... 40
1. Pengertian Pegadaian Syariah ..... 40
2. Pegadaian Syariah di Indonesia ..... 42
3. Mekanisme Pegadaian Syariah ..... 43
F. Kajian Terdahulu ..... 44
G. Kerangka Pemikiran ..... 48
H. Hipotesis ..... 50

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 52**
A. Jenis Penelitian ..... 52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 53
C. Jenis dan Sumber Data ..... 53
D. Populasi dan Sampel ..... 53
E. Definisi Operasional Variabel ..... 54
F. Kisi-kisi Instrumen ..... 56
G. Teknik Pengumpulan Data ..... 58
H. Teknik Analisis Data ..... 59
I. Pengujian Model ..... 60

**BAB IV HASIL PENELITIAN ..... 66**
A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 66
1. Sejarah Berdirinya UPS Manggsi Bukittinggi ..... 66
2. Tujuan Berrdirinya Pegadaian Syariah ..... 68
3. Visi dan Misi Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi ..... 69
4. Produk-produk Pegadaian UPS Manggis Bukittinggi ..... 70
B. Karakteristik Responden ..... 73
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 73
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur ..... 74
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan ..... 75
C. Analisis Deskriptif ..... 76
1. Variabel Kualitas Produk ..... 77
2. Variabel Etika Layanan Islami ..... 80
3. Variabel Kepuasan Nasabah ..... 82
D. Analisis Inferensial ..... 84
1. Uji Pra Penelitian ..... 84
a. Uji Validitas ..... 84
b. Uji Reliabilitas ..... 85
2. Uji Asumsi Klasik ..... 86
a. Uji Normalitas ..... 86
b. Uji Multikolinearitas ..... 88
c. Uji Hetereskedastisitas ..... 89
3. Hasil Regresi Linear Berganda ..... 91
4. Pengujian Model ..... 93
a. Uji F (Simultan) ..... 93
b. Uji t (Parsial) ..... 94
c. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$) ..... 95
E. Analisis Temuan ..... 96

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 101**
A. Kesimpulan ..... 101
B. Saran ..... 102

**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

**Tabel 1.1** Jumlah Pendapatan dan Pengeluaran Pedagang kaki lima..... 8
**Tabel 2.1** Kajian Terdahulu..... 35
**Tabel 3.1** Defenisi Operasional Variabel ..... 45
**Tabel 3.2** Kisi-kisi Instrumen..... 47
**Tabel 3.3** Skala Likert Kuesioner..... 48
**Tabel 4.1** Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 59
**Tabel 4.2** Responden Berdasarkan Usia..... 60
**Tabel 4.3** Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....61
**Tabel 4.4** Hasil Analisis Deskriptif Variabel ..... 62
**Tabel 4.5** Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk..... 63
**Tabel 4.6** Tanggapan Responden terhadap Variabel Etika Layanan Islami .....65
**Tabel 4.7** Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah .....67
**Tabel 4.8** Hasil Uji Validitas..... 69
**Tabel 4.9** Hasil Uji Reliabilitas..... 71
**Tabel 4.10** Hasil Uji Normalitas..... 71
**Tabel 4.11** Hasil Uji Multikolinearitas..... 73
**Tabel 4.12** Hasil Uji Hetereskedastisitas..... 74
**Tabel 4.13** Hasil Regresi Linear Berganda..... 76
**Tabel 4.14** Hasil Uji F ..... 77
**Tabel 4.15** Hasil Uji t ..... 78
**Tabel 4.16** Hasil Uji R2..... 80

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran ..... 40
**Gambar 4.1** Hasil Uji Normalitas..... 72
**Gambar 4.2** Hasil Uji Hetereskedastisitas..... 75

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1. Latar Belakang

Isu perekonomian dan keuangan merupakan salah satu isu yang selalu berkembang dan menjadi perhatian masyarakat, baik masyarakat Indonesia maupun masyarakat dunia. Perkembangan ekonomi tersebut akan senang tiasa diikuti dengan meningkatnya berbagai aktifitas ekonomi misalnya kebutuhan adanya pembiayaan, pendanaan dan jasa lainnya. Karna ingin memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut pemerintah telah membangun lembaga keuangan formal dan non formal. Lembaga keuangan yang merupakan dunia keuangan yang bertindak sebagai lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah.

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang menjadi perantara keuangan dan jasa ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Pada pelaksanaannya sistem bunga adalah sistem yang telah lama digunakan hampir disetiap lembaga keuangan di berbagai negara. Tidak dapat dipungkiri dengan sistem bunga ini telah banyak negara mencapai kemakmuran meski di atas kemiskinan negara lain, hal ini tentu saja akan terus-menerus menjadikan sebuah kesenjangan. Dalam perkembangannya sebuah sistem berbasis syariah yang mengedepankan nilai-nilai Islam dikembangkan sebagai upaya untuk

mengatasi permasalahan kesenjangan yang tidak bisa diselesaikan melalui sistem bunga.[1]

Adapun lembaga keuangan dibagi menjadi dua yang pertama lembaga skeuangan formal dan yang kedua lembaga keuangan non formal. Lembaga keuangan formal ialah lembaga yang berlandaskan pada kekuatan hukum sedangkan lembaga keuangan non formal merupakan lembaga keuangan yang menjalankan fungsinya tidak pada kekuatan hukum, misalnya lembaga-lembaga yang beroperasi dipedesaan. Lembaga keuangan formal terdiri dari lembaga keuangan perbankkan dan lembaga keuangan non perbankkan. Lembaga keuangan perbankkan meliputi bank milik swasta dan pemerintah. Sedangkan lembaga keuangan non perbankkan meliputi pegadaian, koperasi, asuransi dan lain-lain.

PT Pegadaian (Persero) telah menjadi salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan pembiayaan bagi masyarakat menengah kebawah khususnya masyarakat yang memiliki usaha baik skala mikro kecil dan menengah. Tujuan PT Pegadaian (Persero) tidak hanya semata-mata mencari keuntungan tetapi juga sebagai penunjang kebijakan dari program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional melalui penyaluran pinjaman atas dasar hukum gadai dengan produk unggulannya. Berangkat dari hal tersebut, PT Pegadaian (Persero) merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat untuk

[1] Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 275.

mendapatkan kredit, dengan pelayanan yang mudah, cepat dan aman. Kemudahan dan kesederhanaan dalam proses memperoleh kredit merupakan hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya masyarakat ekonomi lemah.[2]

Peran pegadaian yang berorientasi untuk membantu dan melayani kebutuhan masyarakat berskala kecil sangat membantu pertumbuhan ekonomi. Sebagai lembaga keuangan non-bank yang bergerak di bidang jasa pembiayaan, dan dengan tugas utamanya yaitu menyalurkan pembiayaan gadai. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok lembaga keuangan, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang tergolong sebagai pihak yang mengalami kekurangan dana *(deficit unit)*.[3]

Pegadaian Syariah sebagai lembaga keuangan formal yang berbentuk unit dari Perum Pegadaian di Indonesia, yang bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan, berdasarkan hukum gadai syariah merupakan suatu hal yang perlu mendapat sambutan positif. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai dengan yang diharapkan masyarakat dan menjauhkan dari praktik-praktik riba, spekulasi maupun gharar, yang

[2] Syafrudi, *Pengaruh Pemberian Kredit Kreasi Pt. Pegadaian Persero Cabang Sumbawa Besar Terhadap Modal Kerja Usaha Mikro Dan Kecil Di Kabupaten Sumbawa Tahun 2012*, Jurnal Ekonimi Dan Bisnis, Jilid 1, April 2014, hlm. 14.

[3] Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 103

berakibat terjadinya ketidakadilan dan kedzaliman pada masyarakat dan nasabah.[4] Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.

Rahn atau yang lebih dikenal dengan gadai sendiri pernah dipraktekkan oleh Rasulullah sebagaimana yang diterangkan dalam sebuah Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283 :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya : *"Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan".*

Di era globalisasi ini, masyarakat sudah lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan mana yang akan menjadi tempatnya dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan kenyataan seperti ini, lembaga keuangan dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam hal produknya dan dituntut untuk

[4] Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 128.

mampu memberikan pelayanan islami berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/lembaga keuangan lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut, tentunya perusahaan akan mengutamakan harga yang tepat, kualitas produk yang layak dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan islami yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Kualitas produk menurut Kotler dan Keller yaitu kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.[5] Konsumen akan membeli produk kalau mereka tertarik dan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil.

Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen untuk menentukan keputusan dari pembeliannya. Beberapa konsumen lebih memilih harga yang lebih tinggi tetapi berkualitas bagus dari pada harga yang murah tetapi kualitasnya buruk. Kualitas merupakan jaminan dari suatu produk. Kualitas juga digunakan untuk meningkatkan daya saing

[5]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*,Edisi Ketiga Belas Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.6.

produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing.[6]

Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Secara umum, kualitas bukan hanya melekat pada produk nyata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga pada pelayanan atau jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.[7]

Etika layanan Islami adalah suatu proses atau rencana yang terjadi karena adanya interaksi antara karyawan dengan nasabah yang disediakan oleh perusahaan untuk memberi layanan dengan maksud untuk memecahkan permasalahan antara nasabah dengan karyawan. Dalam memberikan layanan tersebut harus sesuai dengan pandangan Islam. Kualitas layanan sangat penting guna menarik dan mempertahankan loyalitas konsumen. Memberikan

[6] Fenny Krisna Marpaung, *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*, Jurnal Manajemen, Vol. 7, No. 1, Tahun 2021.

[7] Lailatul Iffah, dkk, *Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, Agustus 2018, hlm. 86.

pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggan dengan bersikap ramah, baik, sopan, dan murah hati menjadi sangat penting karena secara tidak langsung konsumen akan menjadi saluran pemasaran. Oleh karena itu, penjual tidak boleh meremehkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena kualitas pelayanan berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan pelanggan.[8]

Kepuasan nasabah telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya yang dimiliki dalam upaya untuk mempertahankan kepuasan nasabah dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam upaya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas layanan dapat digunakan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah. Kualitas layanan dalam industri jasa merupakan variabel penting. Penyampaian kualitas layanan prima akan menciptakan nilai tinggi, yang dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Pegadaian syariah UPS Manggis Bukittinggi mengeluarkan program pegadaian amanah dengan menggunakan akad murabahah untuk mengakomodir pelanggan dalam memiliki kendaraan bermotor dengan sistem syari'ah yang berbeda dengan finance konvensional lain. Strategi yang

[8] Anjar Arista Sari, *Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2, Juni 2020.

berbasis syariah menjadikan produk ini banyak menarik minat konsumen. Dalam pembiayaan produk amanah di Pegadaian syariah UPS Manggis Bukittinggi dilakukan di mana pihak pegadaian diumpamakan sebagai pihak yang apabila seseorang ingin membeli suatu barang seperti sepeda motor dan orang tersebut kekurangan uang untuk membelinya maka pihak pegadaian memberikan pinjaman uang untuk digunakan membeli motor tersebut. Dengan suatu asumsi bahwa pihak permohonan membeli motor dari pegadaian dari kekurangan uang yang ia butuhkan. Selain untuk pembelian barang pada produk ini pula digunakan untuk modal usaha dalam hal ini pihak pegadaian membelikan interior yang dibutuhkan untuk membangun suatu usaha tersebut.

Perkembangan produk-produk berbasis Islam kian marak di Indonesia, tidak terkecuali Pegadaian. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi juga mengeluarkan produk yang disebut dengan produk pembiayaan Amanah. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittingi merupakan lembaga keuangan yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No. 90 B, Bukittinggi, Sumatera Barat. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi memilik berbagai jenis produk berupa Gadai Syariah, Ar-RumAmanah, EmasKu, Mulia, MPO (Pembelian dan Pembayaran Tagihan Telepon, Listrik, Air, Tiket, Internet, TV Berbayar, Pembayaran Iuran BPJS, dll).

Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 12 Januari 2023, dapat diketauhi bahwa jumlah nasabah pada pembiayaan Amanah pada PT. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan. Jumlah pembiayaan Amanah sepanjang periode 2019-2021 terlihat pada table 1.1 berikut :

**Tabel 1.1**

**Jumlah Nasabah Pembiayaan Amanah di**

**Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi**

| No | Tahun | Jumlah Nasabah | Total Pembiayaan |
|---|---|---|---|
| 1 | 2019 | 30 | 538.540.304 |
| 2 | 2020 | 20 | 304.359.075 |
| 3 | 2021 | 40 | 963.871786 |

*Sumber : Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dilihat jumlah nasabah pembiayaan produk Amanah pada Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi pada tahun 2019 berjumlah 30 orang dengan total pembiayaan sebesar Rp. 538.540.304, sementara pada tahun 2020 berjumlah 20 orang dengan total pembiayaan sebesar Rp. 304.359.075, dan pada tahun 2021 nasabah berjumlah 40 orang dengan total pembiayaan sebesar Rp. 963.871.786. Dilihat dari peningkatan dan penurunan jumlah nasabah dan juga peningkatan dan penurunan dalam pembiayaan produk Amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi ini, terlihat bahwa pembiayaan Amanah ini mengalami peningkatan dan penurunan.

Secara umum, kualitas bukan hanya melekat pada produk nyata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga pada pelayanan atau jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.[9]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Maria Susanti nasabah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi menggungkapkan bahwa pelayanannya belum memuaskan.

> "Ibuk Maria Susanti Mengungkapkan pada saat mengantri di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi untuk memperpanjang surat gadai, beliau datang terlebih dahulu untuk mengantri. Namun, ada nasabah yang datang untung mengambil barang yang digadaikan dan petugas pelayanan di pegadaian tersebut mendahulukan nasabah yang baru saja datang dan pada saat ditanya karena nasabah yang baru saja datang hanya mengambil barang yang digadaikan dan tidak lama untuk melayaninya.[10]

Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang kecewa umumnya akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Dampaknya calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan suatu perusahaan dalam usaha mencapai kepuasan nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan

[9] Lailatul Iffah, dkk, *Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, Agustus 2018, hlm. 89.

[10] Maria Susanti, Nasabah di PT. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi, Wawancara Langsung Pada 12 Januari 2023, di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan nasabah. Perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Bagi setiap perusahaan, pelanggan mempunyai arti yang sangat penting. Hal ini karena pelanggan, menentukan kelangsungan hidup atau perkembangan suatu kegiatan bisnis. Perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan hidup dituntut untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan produk berupa barang atau jasa yang bermutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dan keharusan bagi kebanyakan perusahaan agar tetap sukses, baik tingkat operasional, manajerial maupun strategik. Pemuasan pelanggan sendiri secara umum diterima sebagai alasan bagi eksistensi, survival dan perkembangan usaha.[11]

Berdasarkan hal diatas penelitian ini bertujuan untuk menemukan fakta seberapa besar pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah , sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Amanah Di Pt. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi "**

[11] Tuti Hastuti, Muhammad Nasri, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah : Aplikasi Serquel Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 3, No. 3, Desember 2014, hlm. 75.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengidentifikasikan beberapa masalah yang muncul yaitu :

1. Kualitas layanan yang dilakukan oleh pihak Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi yang kurang memuaskan.
2. Etika layanan islami yang belum maksimal dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.
3. Adanya penurunan dan peningkatan jumlah nasabah dalam pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka masalah yang akan disajikan dalam penulisan ini memfokuskan pada masalah pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah dalam produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah?
2. Apakah etika layanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah?

3. Apakah kualitas produk dan etika layanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah?
4. Seberapa Pentingnya Etika Layanan Islami Terhdap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi?

**E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah.
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah.
3. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah.
4. Untuk Mengukur Seberapa Pentingnya Etika Layanan Islami Terhdap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi

## F. Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akademis, penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana pada program studi S1-Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perluasan studi empiris tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasaan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.
3. Secara praktisi dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Produk Pembiaayan Amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi. Selain itu manfaat penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan dilapangan.
4. Bagi pengembang studi lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya pada bidang yang sama.

## G. Penjelasan Judul

Untuk lebih jelasnya agar tidak terjadi kesalahan dalam mengambil pengertian yang terkandung dalam judul, maka peneliti memberikan penjelasan sebagai berikut:

**Pengaruh** **:** Daya yang ada atau timbul dari seseorang atau benda yang ikut membentuk watak.[12]

**Kualitas Produk** **:** Kualitas Produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yanh diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong ,kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.[13]

**Etika Layanan Islami** **:** Etika layanan Islami adalah suatu proses atau rencana yang terjadi adanya interaksi antara karyawan dengan nasabah yang disediakan oleh perusahaan untuk memberi layanan dengan maksud untuk memecahkan permasalahan antara nasabah dengan karyawan. Dalam memberikan layanan tersebut harus sesuai dengan pandangan

[12] Alwi Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), hlm. 89.

[13] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Primsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 283.

Islam. Kualitas layanan sangat penting guna menarik dan mempertahankan loyalitas konsumen.[14]

**Kepuasan Nasabah** **:** Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana sebuah produk atau jasa dapat memenuhi atau melampaui harapannasabah. Sedangkan Supranto dalam Tambrin mendefinisikan kepuasan nasabah merupakan label yang digunakan oleh nasabah untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.[15]

**Pembiayaan Amanah** **:** Pembiayaan Amanah merupakan pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro agar dapat memiliki motor ataupun mobil dengan cara angsuran.[16]

**Pegadaian Syariah** **:** Istilah pegadaian syariah dalam Islam biasa disebut dengan Rahn dapat diartikan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman dari peminjam atau murtahin. Praktik Rahn terjadi karena adanya transaksi muamalah non-tunai (hutang piutang).Pegadaian syariah adalah suatu lembaga keuangan non-bank yang dimiliki oleh pemerintah yang mempunyai hak memberikan suatu pembiayaan kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai yang terdapat di dalam syariat Islam dan peraturan undang– undang yang berkaitan dengan pegadaian syariah.[17]

---

[14] Anjar Arista Sari, *Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*, Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2, Tahun 2020.

[15] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 177.

[16] Muh Ansar Aziz, Nila Sastrawati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Pemberian Kredir Produk Amanah di Pegadaian Syariah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2, Januari 2020.

[17] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 39.

Berdasarkan penjelasan judul diatas yang dimaksud dengan judul proposal ini adalah untuk mengetauhi dan menguji Pengaruh Kualitas Produk Dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Produk Pembiayaan Amanah Di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

# BAB II
# LANDASAN TEORI

## A. Pembiayaan

### 1. Pengertian Pembiayaan.

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[18]

Pengertian lain dari pembiayaan, berdasarkan pasal 1 butir 12 Undang-undang No. 10 Tahun 1998 pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[19]

Istilah pembiayaan pada intinya berarti I believe, I Trust, saya percaya, saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan yang berarti (trust) berarti lembaga pembiayaan selaku sahib almal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus

[18] Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012).
[19] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 105.

disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

**2. Unsur – Unsur Pembiayaan**

Unsur-unsur pembiayaan terdiri dari :

1) Kepercayaan *(Trust)*

Lembaga keuangan memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan. Lembaga keuangan memberikan pembiayaan kepada mitra usaha sama artinya dengan memberikan kepercayaan kepada pihak penerima pembiayaan, bahwa pihak penerima pembiayaan akan dapat memenuhi kewajibannya.

2) Akad (Kesepakatan)

Akad atau kesepakatan merupakan suatu kontrak perjanjian yang dilakukan antara lembaga keuangan dan pihak nasabah/mitra.

3) Jangka waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh lembaga keuangan.

4) Risiko

Setiap dana yang disalurkan oleh lembaga keuangan selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana. Risiko pembiayaan

merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

5). Balas jasa

Sebagai balas jasa atas penitipan barang untuk memperoleh pembiayaan, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah disepakati antara bank dan nasabah.

**3. Tujuan Pembiayaan**

Secara umum tujuan pembiayaan bertujuan untuk :

1) Peningkatan ekonomi umat artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.[20]
2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.
3) Meningkatkan produktivitas artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha mampu meningkatkan daya

[20] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Syariah*, Edisi Kedua, (Yogyakarta, UPP STIM YKPN, 2016), hlm. 41

produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.

4) Membuka lapangan kerja baru artinya dengan dibukanya sektorsektor usaha ambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.

5) Terjadi distribusi pendapatan artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

**4**. **Fungsi Pembiayaan**

Ada beberapa fungsi pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada masyarakat penerima yaitu :

1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

2) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan idle fund. Bank dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Pembiayaan merupakan satu cara untuk mengatasi gap antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana. Bank dapat memanfaatkan dana yang idle untuk disa membutuhkan. Dana yang berasal dari golongan yang kelebihan

dana, apabila disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana maka akan efektif, karena dana tersebut dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan dana.[21]

3) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan, akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.

4) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang Pembiayaan mudharabah dan musyarakah yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro-ekonomi. Mitra (pengusaha), setelah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, akan memproduksi barang, mengolah bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.

[21] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Syariah*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016, hlm. 43

**5. Jenis –Jenis Pembiayaan**

1). Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil

*a). Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

*b). Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* adalah perjanjian di antara para pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan diantara pemilik dana/modal berdasarkan nisbah yang disepakati sebelumnya.

2). Pembiayaan Dengan Prinsip Jual Beli

*a). Murabahah*

*Murabahah* adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah dimana bank syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudia menjualkan kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga yang diperoleh ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.

*b). Salam*

*Salam* adalah perjanjian jual-beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran harga terlebih dahulu.

*c). Istishna*

*Istishna'* adalah perjanjian jual-beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesanan dan penjual, pembayaran bisa dilakukan diawal, tengah ,atau akhir transaksi.

3). Pembiayaan Dengan Prinsip Sewa

a). *Ijarah*

*Ijarah* adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa.

*b). Ijarah Muntahiya Bittamlik*

*Ijarah Muntahiya Bittamlik* yaitu perjanjian sewa menyewa suatu barang yang diakhiri dengan perpindahan kepemilikan barang dari pihak yang memberikan sewa kepada pihak penyewa.

c). Surat Berharga Syariah

Surat Berharga Syariah adalah surat bukti berinvestasi berdasarkan prinsip syariah yang lazim diperdagangkan dipasar uang dan pasar modal antara lain wesel, obligasi syariah, sertifikat dana syariah, dan surat berharga lainnya.

*d). Qardh*

*Qardh* adalah penyediaan dana atau tagihan antara bank syariah dengan pihak peminjam yang mewajibkan pihak peminjam melakukan pembayaran sekaligus atau secara cicilan dalam jangka waktu tertentu.

e). Penempatan Pada Bank Lain

Penempatan adalah penanaman dana bank syariah pada bank syariah lainnya atau Bank Perkreditan Syariah antara lain dalam bentuk giro atau tabungan wadiah, deposito berjangka atau tabungan *mudharabah.*

f). Penyertaan Modal

Penyertaan Modal adalah penanaman dana bank syariah dalam bentuk saham pada perusahaan yang bergerak di bidang keuangan syariah, termasuk penanaman dana dalam bentuk surat utang konversi dengan opsi saham atau jenis transaksi tertentu

berdasarkan prinsip syariah yang berakibat bank syariah memiliki saham pada peusahaan yang bergerak dibidang keuangan syariah.

g). Penyertaan Modal Sementara

Penyertaan Modal Sementara adalah penyertaan modal bank syariah dalam perusahaan untuk mengatasi kegagalan pembiayaan dan piutang sebagimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia, termasuk dalam surat utang konvesi dengan opsi saham atau jenis transaksi tertentu.

h). Transaksi Rekening Administrasi

Transaksi Rekening Administratif adalah komitmen dan kontijensi berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas bank garansi, *akseptasi irrevocable Letter of Credit* yang masih berjalan, *akseptasi wesel impor atas Letter of Credit berjangka*, standby L/C Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI)

i). Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI)

adalah sertifikat yang diterbitkan Bank Indonesia sebagai bukti penitipan dana berjangka pendek dengan prinsip *wadiah*.[22]

[22] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), hlm. 310-314.

**6. Pembiayaan Amanah**

Produk amanah adalah pemberian pinjaman guna kepemilikan kendaraan bermotor kepada para pegawai tetap pada instansi atau perusahaan tertentu atas dasar besarnya penghasilan (gaji) dengan perikatan jaminan rahn tasjily dan fidusia yang diberikan dalam jangka waktu tertentu dengan pengembalian dilakukan secara angsuran. Skim pemberian pembiayaan ini menerapkan dengan sistem syari'ah dengan akad murabahah.

Keunggulan produk Amanah yaitu layanan Amanah tersedia di outlet pegadaian di seluruh Indonesia, uang muka terjangkau, angsuran tetap, jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan, transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menentramkan. Persyaratan produk amanah adalah pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun, melampirkan kelengkapan fotokopi KTP (suami/istri), kartu keluarga, sk pengangkatan sebagai pegawai/ karyawan tetap, rekomendasi atasan langsung, dan slip gaji 2 bulan terakhir, mengisi dan menandatangani form aplikasi amanah, membayar uang muka yang disepakati (minimal 10%) , menandatangani akad amanah.

## B. Kepuasan Nasabah

### 1. Pengertian Kepuasan Nasabah

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

Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. [23] Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.[24]

Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian

[23] Ifik Sofiyanto, dkk, *Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemeilikan Rumah(Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang)*, Jurnal Of Management, Vol. 2, No. 2, Maret 2016, hlm 6

[24] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 177

atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai cara antara lain : umpan balik pasar secara volunter seperti komentar tertentu yang tidak diminta, survei pelanggan, riset pasar, dan forum diskusi pemantauan *online*.[25]

Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda, hanya tergantung dari sudut mana kita memandangnya. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Dari beberapa definisi yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.[26]

**2. Strategi Kepuasan Nasabah**

Strategi kepuasan nasabah menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tingi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan stategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun

[25] Philip Kotler dan A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm.9.

[26] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 238.

sumber daya manusia.[27] Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepusan nasabah, yaitu :

1) *Relationship Marketing*

Yaitu strategi dimana transaksi dipersatukan antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai, dengan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus. Pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan nasabah sehingga terjadi bisnis ulangan.

2). Strategi *Superior Costumer Service*

Yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Manfaat dari pelayanan yang lebih baik tersebut yaitu tingkat pertumbuhan yang cepat dan besarnya laba yang diperoleh.

3) Strategi *Unconditional Guarantenes*

Yaitu memiliki komitmen untuk memberikan kepuasan kepada nasabah yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari sebelumnya.

4) Strategi penangan keluhan yang efisien

[27] Fandi Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2005), hlm. 62.

Yaitu penangan keluhan secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas.

**3. Dimensi Kepuasan Nasabah**

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono ada beberapa dimensi kepusan nasabah yaitu :

1) Kepuasan nasabah keseluruhan.

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya seperti mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan dan menilai serta membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan jasa para pesaing.

2) Kesesuaian harapan.

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih cepat ditekankan pada kualitas pelayanan *(service quality)* yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan.

3) Minat pembelian ulang

Yaitu kepuasan nasabah diukur dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan nasabah dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak nasabah sehingga di persepsikan baik.

4) Kesediaan untuk merekomendasi.

Yaitu kesediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

Peningkatan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan nasabah yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan profitabilitas pelanggan. Tingkat kepuasaan nasabah tergantung pada kinerja yang dirasakan, diterima dari produk dan jasa servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu. Kepuasan nasabah menjadi salah satu hal penting dari semua aktivitas

pemasaran pada seluruh perusahaan. Kepuasan nasabah adalah kunci sukses bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.[28]

Kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi untuk dapat unggul dari pesaing lain. Konsumen yang loyal akan lebih sulit untuk dipertahankan, tapi dapat dicapai bila perusahaan mampu berfokus pada kepuasan tinggi yang dirasakan oleh pelanggannya.[29]

## C. Kualitas Produk

### 1. Pengertian Kualitas Produk

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar ia tetap survive dalam bisnisnya. Masih banyak orang yang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Pengembangan kualitas produk sangat didorong oleh kondisi persaingan

[28] Makmur Hasanuddin, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervending Pada Penjualan Logam Mulia Emas*, Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol. 4, No. 1, Tahun 2016, hlm. 51.

[29] Addis Al Hazmi, dkk, *Peran Kualitas Jasa Pada Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dan Niat Beralih Nasabah PT. Pegadaian di Surabaya*, Journal Of Bisiness and Bangking, Vol. 3, No. 2, November 2013, hlm. 167.

antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan nama baik melalui kualitas dari barang atau Produk yang dihasilkan.[30] Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu cara perusahaan untuk memberikan kepada konsumen, memenuhi apa saja yang diinginkan atau dikehendaki oleh konsumen tersebut. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas yang terbaik. Dalam konteks kualitas produk telah tercapai konsensus bahwa harapan konsumen memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas. Kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.[31]

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul

[30] Ndaru Prasastono, *Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*, Jurnal Dinamika Kepariwisataan, Vol. 10, No. 2, Oktober 2012, hlm. 15.

[31] Philip Kotlerdan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 283.

untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar.

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Kualitas produk *(product quality)* adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya.[32]

[32] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 136.

**2. Dimensi Kualitas Produk**

Ada beberapa dimensi kualitas produk diantaranya yaitu:

1) Performa/Kinerja *(performance)*

Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.

2) Keandalan *(reliability)*

Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.

3) Daya tahan *(durability)*

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk.

4) Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki. Seberapa cepat informasi atau jasa diberikan. Kenyamanan pembelian dan proses jasa termasuk penerimaan cara pembayaran.

5) Fitur

Merupakan karakteristik sekunder yang mendukung kinerja fungsi.

## D. Etika Layanan Islami

### 1. Pengertian Etika Layanan Islami

Dalam memenuhi kebutuhan nasabah, lembaga keuangan non bank syariah harus memberikan layanan secara syariat Islam dan harus memberikan kenyamanan kepada nasabah. Pelayanan Islami yang baik serta memberi rasa kenyamanan terhadap nasabah akan mempercepat menumbuhkan perekonomian dan juga akan berpengaruh terhadap profit serta berkorelasi dengan hasil yang didapat sebuah lembaga keuangan non bank syariah. Layanan Islami yang diberikan bersifat proaktif dan cepat serta harus dituangkan dalam bentuk *service level agreement* bagi pelakunya. Islam juga menuntun agar layanan Islami yang diberikan memiliki parameter yang terukur *(service level)*. Pelayanan Islami dalam pandangan Islam adalah pelayanan yang sudah dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW. Jadi pelayanan islami dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai. dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri.[33] Layanan Islami yang diberikan bersifat proaktif dan cepat serta harus dituangkan dalam bentuk *service level agreement* bagi pelakunya.

Islam juga menuntun agar layanan Islami yang diberikan memiliki parameter yang terukur *(service level)* seperti anjuran firman Allah dalam QS. Al-isra' ayat 7 sebagai berikut:

[33] Yeni Rokhilawati, *Analisis Strategi Pelayanan Islami PT. Pegadaian Syariah Simpang Lima di Kabuapaten Banyuwangi*, Jurnal Ekonomi Syriah Darussalam, Vol. 1, No. 1, Agustus 2020.

إِنۡ أَحۡسَنتُمۡ أَحۡسَنتُمۡ لِأَنفُسِكُمۡ وَإِنۡ أَسَأۡتُمۡ فَلَهَاۚ فَإِذَا جَآءَ وَعۡدُ ٱلۡأٓخِرَةِ لِيَسُـُٔواْ وُجُوهَكُمۡ وَلِيَدۡخُلُواْ ٱلۡمَسۡجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٖ وَلِيُتَبِّرُواْ مَا عَلَوۡاْ تَتۡبِيرًا

Artinya : *"Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam masjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabishabisnya apa saja yang mereka kuasai"* (QS. Al-isra' ayat7)

Strategi pelayanan Islami, suatu proses atau rencana yang terjadi adanya Interaksi antara karyawan dengan nasabah yang disediakan oleh perusahaan untuk memberi layanan dengan maksud untuk memecahkan permasalahan antara nasabah dengan karyawan. Dalam memberikan layanan tersebut harus sesuai dengan pandangan Islam. Manajemen strategi dapat ditentukan oleh kombinasi factor internal dan eksternal.

**2. Nilai – Nilai Etika Layanan Islami**

Nilai-nilai pelayanan islami tersebut menurut Hafidhuddin dan Tanjung yaitu:[34]

1). Shiddiq.

Nilai shiddiq berarti memiliki nilai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berlandaskan islam. Artinya, konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik dalam memberikan suatu pelayanan, juga perusahaan tidak melakukan kebohongan atau atau menipu konsumennya maupun dalam menjalankan bisnisnya.

2). Amanah

Nilai amanah berarti merasa memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan. Anamah dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran, keterbukaan, dan pelayanan yang optimal kepada konsumen.

3). Tabilgh

Nilai tabligh berarti memiliki sifat argumentatif dan komunikatif, yang harus mampu menyampaikan keunggulan produk/jasa yang ditawarkan dengan menarik tanpa meninggalkan nilai kejujuran dan kebenaran atas suatu produk/jasa.

[34] Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manjemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), Hlm. 121.

4). Fathanah

Nilai fathanah berarti memahami secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban dengan baik, dimana fathanah sendiri berkaitan dengan kecerdasan baik kecerdasan rasio maupun kecerdasan ilahiyah.

## E. Pegadaian Syariah

### 1. Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian merupakan lembaga pengkreditan dengan sistem gadai yang pada awalnya berkembang di Italia dan kemudian dipraktekkan pula di Negara-negara eropa lainnya, seperti Ingris dan Belanda. Sistem gadai memasuki Indonesia dibawa dan dikembangkan oleh orang Belanda pada zaman VOC. Bentuk usaha pegadaian di Indonesia berawal dari Bank Van Lening pada masa VOC yang mempunyai tugas memberikan pinjaman uang kepada masyarakat dengan jaminan gadai. Sejak itu, bentuk usaha pegadaian telah mengalami perubahan sejalan dengan perubahan peraturan-peraturan yang mengaturnya.

Pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khusus, yaitu secara hukum gadai. Pengertian hukum gadai adalah kewajiban calon peminjam untuk menyerahkan harta geraknya (sebagai agunan) kepada pihak pegadaian, disertai dengan pemberian hak kepada pegadaian untuk melakukan penjualan (lelang), harta gerak meliputi seluruh jenis barang

bergerak, misalnya perhiasan, barang elektronika, sepeda motor dan sebagainya.[35]

Konsep operasi Pegadaian Syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam.Fungsi operasi Pegadaian Syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang Pegadaian Syariah/Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di  bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian Konsep operasi Pegadaian Syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam.Fungsi operasi Pegadaian Syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang Pegadaian Syariah/Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di  bulan Januari tahun 2003 menyusul kemudian.

[35] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 39.

## 2. Pegadaian Syariah di Indonesia

Pada mulanya usaha gadai di Indonesia dilaksanakan oleh pihak swasta, kemudian Gubernur Jendral Belanda melalui staatblad No 131 tanggal 12 maret tahun 1901 mendirikan rumah gadai pemerintahan (Hindia Belanda) di Sukabumi, Jawa Barat. Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, maka pelaksanaan gadai dilakukan oleh pemerintah Hindia Belanda.[36]

Terbitnya PP No. 10 tanggal 1 april 1990 dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, suatu hal yang perlu dicermati bahwa PP 10/1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP No 103 Tahun 2003 tentang bunga bank, telah sesuai dengan prinsip syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Berkat rahmat Allah SWT dan setelah melalui kajian yang panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit layanan gadai syariah sebagai langkah awal pembentukan devisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

[36] Martono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), hlm. 171.

**3. Mekanisme Pegadaian Syariah.**

Operasi Pegadaian Syariah menggambarkan hubungan diantara nasabah dan pegadaian. Adapun teknis Pegadaian Syariah adalah sebagai berikut:

1) Nasabah menjaminkan barang kepada Pegadaian Syariah untuk mendapatkan pembiayaan. Kemudian pegadaian menaksir barang jaminan untuk dijadikan dasar dalam memberikan pembiayaan.

2) Pegadaian Syariah dan nasabah menyetujui akad gadai, akad ini mengenai berbagai hal, seperti kesepakatan biaya gadaian, jatuh tempo gadai dan sebagainya.

3) Pegadaian Syariah menerima biaya gadai, seperti biaya penitipan, biaya pemeliharaan, penjagaan dan biaya penaksiran dibayar diawal transaksi oleh nasabah.

4) Nasabah menebus barang yang digadaikan setelah jatuh tempo.Perbedaan utama antara biaya gadai dan bunga pegadaian adalah dari sifat bunga yang bisa berakumulasi dan berlipatganda sementara biaya gadai hanya sekali dan ditetapkan dimuka.

## F. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dan referensi pada penelitian ini, berikut adalah beberapa peninjauan terhadap beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan studi ini.

**Tabel 2.1**

**Kajian Terdahulu**

| Penulis | Judul | Hasil Penelitian |
|---|---|---|
| Valdo J. Umboh dan Sylvia L. Mandey (2015).[37] | Analisis Jasa Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadai (Persero) Cabang Teling. | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukan secara bersama kualitaspelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. |
| Makmur Hasanuddin (2016).[38] | Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan nasabah melalui keputusan pembelian sebagai variabel interveningpada penjualan logam mulia emas. | Penelitian ini bertujuan untuk mengetauhi Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan sehingga besaran pengaruhnya tidak dapat ditentukan karena |

[37] Valdo J. Umboh, Sylvia L. Mandey, *Analisis Jsa Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Persero Cabang Teling*, Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 3, September 2014.

[38] Makmur Hasanuddin, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervending Pada Penjualan Logam Mulia Emas*, Jurnal Riset Manajemen, Vol. 4, No. 1, Tahun 2016.

| | | |
|---|---|---|
| | | dikeluarkan di dalam model. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui keputusan. |
| Yeni Rokhilawati (2020).[39] | Analisis strategi pelayanan islami pt. Pegadaian (persero) unit pegadaian syariah simpang lima di kabupaten banyuwangi pegadaian (persero) unit pegadaian syariah simpang lima di kabupaten banyuwangi. | Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian kualitatif studi kasus serta menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi serta dokumentasi. Teknik analisis data yakni teknis analisis SWOT. |
| Anjar Arista Sari (2020).[40] | Pengaruh promosi islami dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas studi pada pegadaian syariah kabupaten gresik. | Hasil penelitian menemukan bahwa promosi islami tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah. Kemudian variabel kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih tabungan emas Pegadaian Syariah. |

[39] Yeni Rokhilawati, *Analisis Strategi Pelayanan Islami PT. Pegadaian Persero Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Kabupaten Banyuwangi*, Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol. 1, No. 1, Agustus 2020.

[40] Anjar Arista Sari, *Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 3. No. 2, Tahun 2020.

| | | |
|---|---|---|
| Lia Effi Sukamma dan Abdul Muthalib (2014).[41] | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan. | Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis produk moment dan selanjutnya diuji melalui uji t serta uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. |
| Gerardo Andrew Tumangkeng (2013).[42] | Pengaruh Kualitas Produk, Suku Bunga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. | Hasil penelitian menunjukan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak. |
| Astuti (2018)[43] | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Payakumbuh. | Hasil Penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah payakumbuh. Dengan kata lain kualitas pelayanan memberikan pengaruh |

[41] Lia Effi Sukamma, Abdul Muthalib, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Persero Cabang Madala Medan,* Jurnal Administrasi Publik, Vol. 2, No. 1, Desember 2014.

[42] Gerardo Andrew Tumangkeng, *Kualitas Produk, Suku Bunga, Dan Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggang KPR Bank BTN Cabang Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 4, Desember 2013.

[43] Astuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Payakumbuh* (Skripsi: IAIN Bukittinggi, 2018)

| | | |
|---|---|---|
| | | positif terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah payakumbuh. |
| Izzatinisa (2021)[44] | Pengaruh Kualitas Layanan Website BNI Syariah Dan Perolehan Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Pada Mahasiswa S1 Perbanakan Syariah IAIN Bukittinggi) | Hasil penelitian menunjukan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan website BNI syariah dengan kepuasan nasabah. Dan juga terdapat pengaruh signifikan antara perolehan informasi dengan kepuasan nasabah. |
| Riska Fadila ( 2019)[45] | Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel ( Studi Kasus Pada Hotel Graha Muslim Bukittinggi). | Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas layanan menjadi fakto penting yang data memepengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Graha Muslim Bukittinggi dalam menggunakan jasa hotel syariah. |

Beberapa kajian terdahulu membahas akan pentingnya kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam pembiayaan amanah di PT. Pegadaian syariah. Studi ini mencoba untuk melihat pentingya kualitas produk dan etika layanan islami dalam pembiayaan amanah. Berbeda dengan kajian terdahulu yang lebih banyak membahas tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan di suatu Bank Syariah, maka riset ini akan lebih fokus dalam membahas

[44] Izzatinisa, *Pengaruh Kualitas Layanan Website BNI Syariah Dan Perolehan Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah* ( Studi Pada Mahasiswa S1 Perbanakan Syariah IAIN Bukittinggi), (Skripsi: IAIN Bukittinngi, 2021)

[45] Riska Fadila, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Berprinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel* ( Studi Kasus Pada Hotel Graha Muslim Bukittinggi), (Skripsi: IAIN Bukittinggi, 2019)

pengaruh kualits produk dan etika layanan islami dalam pembiayaan amanah di PT. Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Astuti dimana penelitian tersebut hanya untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah payakumbuh, sedangkan penelitian ini untuk mengetauhi kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah.

## G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran yang dilihat dari fakta-fakta, observasi dan telaah pustaka yang mencerminkan langkah pemikiran penelitian serta menyertakan penjelasan kepada pembaca alasan mengapa di dalam hipotesis ia mempunyai anggapan seperti itu.[46]

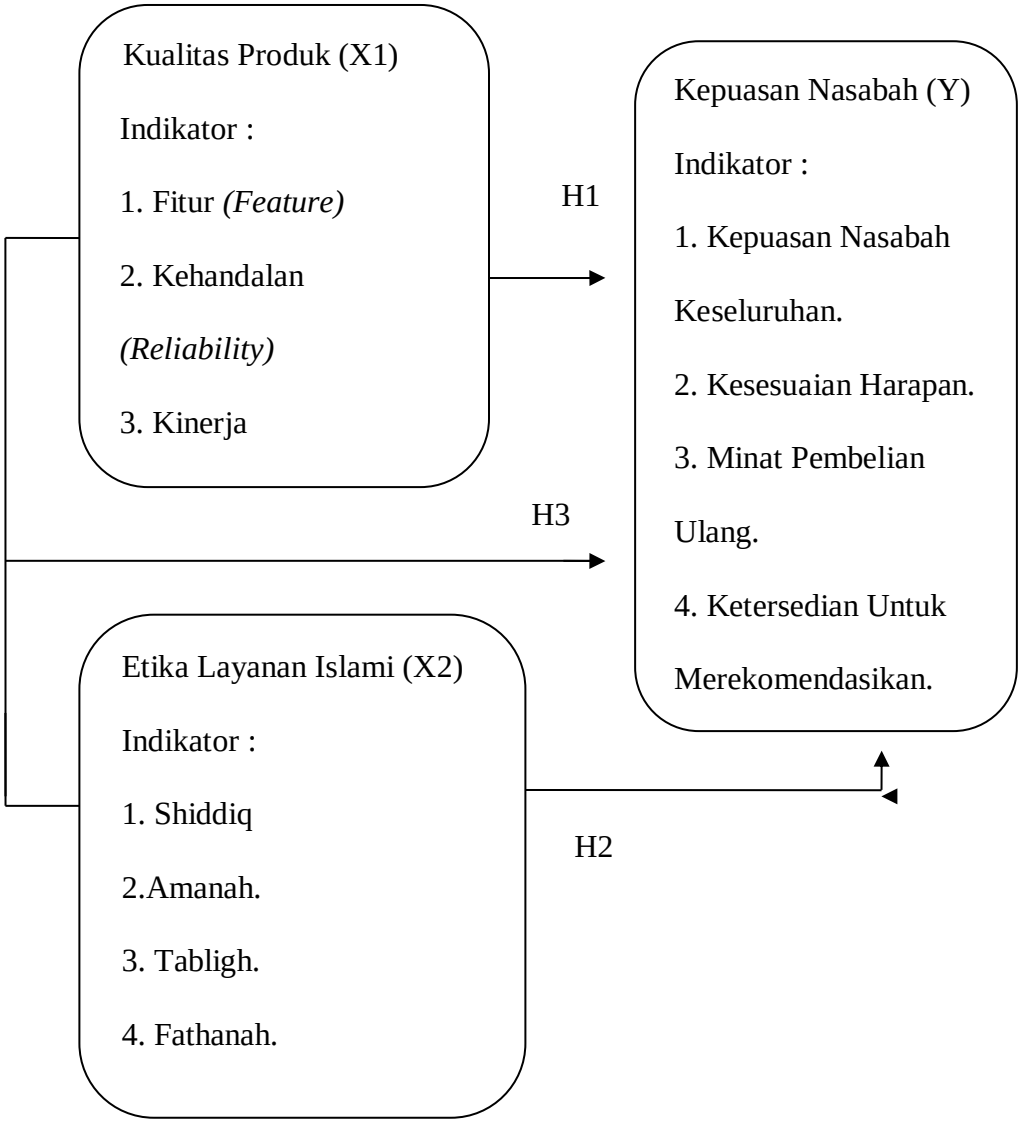
Jadi kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.

[46] Dominikus Doret Umardjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grapindo, 2019), hlm. 92.

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dikemukankan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**



## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.[47] Berdasarkan uraian diatas hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

   Kualitas produk merupakan menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya. Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong menyebutkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

   Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gerardo Andrew Tumangkeng pada tahun 2013 sebagai peneliti terdahulu membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasaan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado. Berdasarkan teori dan penelitian

[47] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*), (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm. 93.

tersebut, maka peneliti dapat memutuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

H1 = Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah

1. Seberapa besar pengaruh etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan islami didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai. dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri. Kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai islam.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anjar Arista Sari pada tahun 2020 sebagai peneliti terdahulu membuktikan bahwa bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka peneliti dapat memutuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 = Etika layanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah.

H3 = Kualitas produk dan etika layanan islami berpengaruh secara simutan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## a. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang menggunakan alat analisis yang bersifat kuantitatif, dimana hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterprestasikan dalam suatu uraian. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/staristik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[48]

Dalam menggunakan metode ini, peneliti akan menjelaskan serta mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Ups Manggis Bukittinggi.

[48] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm. 13

**b. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Syariah Persero UPS Manggis Bukittinggi yang beralamat Jl. Soekarno Hatta No. 90 B, Bukittinggi, Sumatera Barat. Alasan memilih lokasi ini sebagai tempat untuk melakukan penelitian karena etika layanan islami yang di terapkan oleh pihak pegadaian syariah masih belum memuaskan.

**c. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan yaitu sember data primer, dimana data ini data yang didapatkan secara langsung dari responden berupa data yang diperlukan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Untuk penelitian ini data primer meliputi kualitas produk dan etika layanan islami dan kepuasan nasabah yang didapatkanlangsung dari responden.

**d. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang diteliti dengan kualitas ciri-ciri yang telah ditetapkan yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[49] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syaraiah UPS Manggis Bukittinggi yaitu sebanyak 100 nasabah pembiayaan amanah.

[49] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 104

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika sampel kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi yaitu sebanyak 60 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagau unit observasi yang disebut sebagai teknik sampling.

**e. Definisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian adalah konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif ataupun secara kualitatif. Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan Etika layanan islami (X2).
2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah (Y).

**Tabel 3.1**

**Defenisi Operasional Variabel**

| NO | Variabel | Defenisi Variabel | Indikator | Sumber |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Kualitas Produk (X1) | Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. | a. Fitur *(Featur)* b.Kehandalan *(Reliabilty)* c. Kinerja d.Kesesuain Spesifikasi. | Philip Kotler, Kevin Lanne Keller (2009)[50] |
| 2 | Etika Layanan Islami (X2) | Kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai islam. | a. *Shiddiq* b. *Amanah* c. *Tabligh* d. *Fathanah*. | Hafidhuddin dan Hendri Tanjung (2005)[51] |
| 3 | Kepuasan Nasabah | Kepuasan nasabah merupakan stategi | a. Kepuasan Nasabah | Kusumasitta (2014)[52] |

[50] Philip Kotler, Kevin Lanne Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 40

[51] Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2005), hlm. 121.

[52] Kusumasitta, *Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Keuasan Pelayanan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah*, Jurnal Manjemen Dan Pemasaran Jasa, Vol. 7, No. 1, Tahun 2014.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | (Y) | jangka panjang yang membutuhkan komitmen baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. | Keseluruhan.<br>b. Kesesuaian Harapan.<br>c. Minat Pembelian Ulang.<br>d. Ketersedian UntukMerekomendasikan. | |

## F. Kisi – Kisi Instrumen

Dalam penelitian ilmiah instrumen penelitian merupakan aspek pengumpulan data yang dilakukan, yang kemudian hasil instrumen penelitian ini dikembangkan atau dianalisis berdasarkan dengan metode penelitian yang diambil.[53] Kisi-kisi instrumen disimpulkandari teori masing-masing variabel, selanjutnya dibentuk ke dalam indikator-indikator lalu dipaparkan dalam sbentuk pertanyaan atau pernyataan.

[53] Dyan Tyas Untari, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, (Purwokerto: CV. Pena Persada,2018), hlm. 40.

**Tabel 3.2**

**Kisi-Kisi Instrumen**

| Variabel | Indikator | No. Instrumen Penelitian | Sumber |
|---|---|---|---|
| Kualitas Produk (X1) | Fitur (Featur) | 1-2 | Fandy Tjiptono (1977)[54] |
| | Kehandalan (Reliablity) | 3-4 | |
| | Kinerja | 5-6 | |
| | Kesesuaian Spesifikasi | 7-8 | |
| Etika Layanan Islami (X2) | *Shiddiq* | 9-10 | Hafidhuddin dan Hendri Tanjung (2005)[55] |
| | *Amanah* | 11-12 | |
| | *Tabligh* | 13-14 | |
| | *Fathanah* | 15-16 | |
| Kepuasan Nasabah (Y) | Kepuasan nasabah keseluruhan | 17-18 | Kusumasitta (2014)[56] |
| | Kesesuain Harapan | 19-20 | |
| | Minat pembelian ulang | 21-22 | |
| | Ketersediaan untuk merekomendasikan | 23-24 | |

[54] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Andy 1977)

[55] Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2005), hlm. 121.

[56] Kusumasitta, *Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Keuasan Pelayanan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah*, Jurnal Manjemen Dan Pemasaran Jasa, Vol. 7, No. 1, Tahun 2014.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden adalag orang yang akan diteliti. Metode ini digunakan penelitian untuk memperoleh data mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Prpduk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah UPS Manggis Bukittinggi.

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner, supaya mendapatkan data yang akurat, maka digunakan skala likert untuk alat pengukuran. Untuk itu instrumen angket atau kuesioner diberikan skor yaitu:

**Tabel 3.3**

**Skala Likert Pada Kuesioner**

| No | Pilihan Jawaban | Skor |
|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu aktivitas menghimpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi data dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakana dalah analisis regresi linear berganda.

Analisis regresi linear berganda berfungsi sebagai alat analisisuntuk melihat pengaruh dari variabel X terhadap suatu variabel Y.

$$y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan

y = Kepuasan Nasabah

$\alpha$ = Konstan

b = Koefisien Regresi

$x_1$ = Kualitas Produk

$x_2$ = Etika Layanan Islami

e = eror

## I. Pengujian Model

### 1. Uji Pra Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksud. Uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pernyataan.[57] Penilaian ini dilakukan dengan alat bantu SPSS. Untuk cara melihat apakah setiap item pertanyaan itu valid atau tidak maka bisa ditentukan dengan melihat apabila $r_{hitung}$ lebih besar dari $r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut valid, begitu juga dengan sebaliknya.

Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Alat uji ini berfungsi untuk melihat ketepatan penggunaan suatu alat ukur. Sebuah alat ukur haruslah jelas supaya hasil pengukuran itu jelas. Suatu alat ukur disebut jelas jika tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan. Untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*. Menurut Ghozali, suatu variabel dikatakan reliable

[57] Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS VC Llrer, Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), hlm. 35.

apabila*Cronbach Alpha* > 0,60.[58]

2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat tiga uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada suatu model regresi yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji ini berfungsi untuk melihat apakah sebaran suatu data numerik terdistribusi apa tidak. Model regresi yang baik adalah nilai residual terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas yang digunakan adalah metode *One Sample Komolgorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah:

1) Apabila nilai sig. > 0,05 maka data penelitian terdistribusi dengan normal

2) Jika nilai sig. < 0,05 maka data dikategorikan tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas keadaan ketika ada korelasi antara satu dengan yang lainnya di variabel bebas. Terjadinya perubahan pada tanda dari parameter estimasi disebabkan multikolinieritas yang memiliki masalah yang serius. Dalam pengujian uji multikolineritas dalam penelitian ini adalah menggunakan uji VIF (*Variance inflation factor*) dan *Tolerence*. Dasar keputusan berdasarkan VIF dan *Tolerence* adalah sebagai berikut:

[58] Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ( Riau : DOTPLUS Publisher, 2012), hlm. 22

1) Jika nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinearistas dan sebaliknya.

2) Jika tolerance > 0,1 maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi dan sebaliknya.

c. Uji Hateroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya> 0,05. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya < 0,05.

**3**. **Pengujian Model**

a. Uji-F

Uji signifikan simultan ( uji F) pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara silmutan terhadap variabel dependen.

Rumus uji-F yaitu:

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

Keterangan :

R2 = koefisien determinasi

n = jumlah data

k = jumlah variabel independen

Dasar pengambilan keputusan:

1) Apabila sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara silmutan terhadap Y
2) Apabila sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara silmutan terhadap Y.

b. Uji-t

Uji t merupakan melaksanakan pengujian pada koefisien regresi secara satu persatu. Pengujian ini dilaksanakan supaya bisa mengetahui seberapa besar tingkat signifikansi antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Rumus uji-t yaitu

$$t = \frac{X_1 - X_2}{S\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan :

$X_1$ = nilai rata-rata pada kumpulan data pertama

$X_2$ = nilai rata-rata pada kumpulan data kedua

$n_1$ = jumlah data pada kumpulan data pertama

$n_2$ = jumlah data pada kumpulan data kedua

S = standar deviasi

Kriteria penarikan kesimpulan secara manual sebagai berikut:

1). Apabila nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

2). Apabila nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

c. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi digunakan sebagai alat ukur untuk melihat seberapa besar variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya. Dalam penelitian ini berfungsi untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah dalam produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Ups Manggis Bukittinggi.

Untuk mencari besarnya koefisien determinasi digunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{((\mathrm{n})(\sum \mathrm{XY}) - (\sum \mathrm{X})(\sum \mathrm{Y}))^2}{(\mathrm{n}(\sum \mathrm{X}^2) - (\sum \mathrm{X})^2\,(\mathrm{n}((\sum \mathrm{Y}^2) - (\sum \mathrm{Y})^2)}$$

Keterangan :

$R^2$ = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel

$\Sigma X =$ Jumlah X

$\Sigma Y =$ Jumlah Y

# BAB IV
# HASIL PENELITIAN

## A. Gambaran Umum Objek Penelitian.

1. Sejarah Berdirinya UPS Manggis Bukittinggi

Lembaga pertama kali dikenal di Indonesia pada masa penjajahan Belanda. Pemerintahan Belanda mendirikan lembaga keuangan yang bekerja sama dengan sistim gadai, lembaga ini disebut Bank Leening, didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Kemudian seiring bergantinya pemegang kekuasaan (penjajah) atas Indonesia (Belanda, Inggiris,Jepang), sistim pegadaian juga mengalami beberapa perubahan.

Pada era perjuangan kemerdekaan kantor pusat jawatan pegadaian yang awalnya berada dijalan Kramat Jaya, Jakarta sempat dipindahkan ke Karanganyar, Kebumen karena situasi perang semakin memanas. Agresi militer Belanda II membuat kantor ini kembali dipindahkan lagi kemagelang sebelum akhirnya kembali dipindahkan ke Jakarta pasca perang kemerdekaan. Sejak masa itu pegadaian sudah beberapakali berubah statusnya yaitu sebagai perusahaan Jawatan (perjan), lalu sebagai perusahaan Umum (perum), dan menjadi Perseroan pada tanggal 13 Desember 2011.

Mayoritas masyarakat Indonesia yang merupakan muslim dan sesuai dengan peraturan pegadaian bahwa misinya menolak praktik riba, misi ini tidak berubah dan dijadikan landasan usaha perum pegadaian sampai sekarang. Ide pembentukan pegadaian syariah lahir karena tuntutan pidealisme dan keberhasilan berbagai lembaga syariah lain. Landasan hukum dalam pembentukan pegadaian syariah ini adalah AlQur‟an dan Hadist . perjanjian gadai yang diajarkan dalam Al-Qur‟an dan Hadist ini kemudian dalam pengembangan selanjutnya dilakukan oleh para ulama dengan kesepakatan mereka.

Pendirian Pegadaian Syariah tidak terlepas dari keinginan untuk mencegah ijon, rentenir dan pinjaman tidak wajar lainnya. Selain itu juga karena keinginan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat yang ekonomi menengah kebawah serta mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. Sejarah Pegadaian Syariah juga terdorong dari keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk menjalankan syariat Islam dalam kehidupan, salah satunya transaksi gadai. Masyarakat ingin melakukan transaksi gadai sesuai dengan prinsip syariah, selain itu juga didukung oleh kebijakan pemerintah dalam mengembangkan lembaga keuangan berbasis syariah.

Pegadaian Syariah merupakan sebuah lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu asas rasionalitas, efisiensi dan efektivitas yang

diselaraskan dengan nilai Islam. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta ditahun yang sama hingga September 2003. Masih ditahun yang sama pula 4 kantor cabang Pegadaian di Aceh di konversi menjadi Pegadaian Syariah.

Tetapi, pada saat ini Pegadaian Syariah telah berbentuk sebagai lembaga sendiri dibawah naungan PT. Pegadaian (Persero) dan sepenuhnya dikelola oleh PT. Pegadaian (Persero). Dengan dikelola oleh PT. Pegadaian diharapkan gadai syariah pada Pegadaian Syariah dapat meningkatkan kinerja, memudahkan operasional dan mengembangkan usahanya sehingga dapat mengalami peningkatan setiap tahunnya baik dari segi jumlah nasabah untuk pembiayaan serta produk lain yang ditawarkan, jumlah kantor cabang syariah dan jumlah unit pegadaian syariah di Indonesia salah satunya di Bukittingi Sumatera Barat yang dikenal dengan UPS Manggis Bukittingi.

2. Tujuan Berdirinya Pegadaian Syariah.

Tujuan berdirinya pegadaian syariah itu sendiri sebagai lembaga keuangan non bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai (rahn) yang bertujuan agar masyarakat tidak dirugikan oleh lembaga keungan non formal yang cendrung memanfaatkan kebutuhan yang mendesak dari

masyarakat. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemashlahatan sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu adanya kebutuhan masyarakat yang mulai menginginkan pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

3. Visi dan Misi Pegadaian UPS Manggis Bukittinggi

   a. Visi pegadaian syariah

      Visi dari Pegadaian Syariah adalah sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia sellau menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

   b. Misi Pegadaian Syariah

      1). Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan sellau memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

      2). Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

      3). Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melakssnakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya Perusahaan.

2. Produk –Produk Pegadaian UPS Manggis Bukittinggi**.**

a. Rahn

Merupakan produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip syariah dimana nasabah hanya akan dipungut atas biaya administrasi dan ijarah (biaya jasa simpanan pinjam dan pemeliharaan barang). Artinya lembaga pegadaian syariah tidak mendapatkan keuntungan nya dari dana yang diberikan sebagai pinjaman, melalui pembayaran atas jasa penyimpanan dan pemeliharaan barang tersebut. Produk pembiayaan gadai dengan jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, berlian, smartphone, laptop, barang elektronik, kendraan mobil dan sepeda motor.

b. Arrum BPKB

Arum BPKB merupakan pembiayaan syariah untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor.

c. Program Amanah

Merupakan program kepada karyawan tetap dari pengusaha mikro untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Pada pegadaian syariah Indonesia jangka waktu pembiayaan dimulai dari 12

bulan sampai dengan 60 bulan dengan transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menentramkan.

d. Program Produk Mulia

Program logam mulia adalah penjualan logam mulia oleh pihak pegadaian syariah kepada masyarakat secara tunai dan angunan dengan jangka waktu yang fleksibel.

e. Arrum Haji dan Umrah

Merupakan suatu produk yang mana nasabah bias menunaikan ibadah haji dengan menitipkan emas nya dan membayarkan angsuran 58 dalam waktu yang fleksibel dan apabila sudah lunas nasabah bias mengambil kembali barang nya tersebut dan bias menunaikan haji dan umrah dalam waktu yang telah ditentukan.

f. Tabungan Emas

Merupakan produk yang mana nasabah bisa menabung hanya dengan minimal 10.000 rupiah sudah bisa memiliki emas akan tetapi emas tersebut belum berwujud karna hanya tercatat dibuku tabungan, disini nasabah bisa melakukan penyetoran dalam bentuk uang tetapi saldo yang dihitung adalah saldo harga emas pada saat hari itu. Setoran minimum 0,01 gr. Bisa ditarik uang, emas perhiasan dan batangan serta gadai tabungan emas.

g. Multi Pembayaran Online

Multi Pembayarran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO nerupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.

h. Kredit Usaha Rakyat ( KUR) Syariah

Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM.

## B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diidentifikasikan berdasarkan jenis kelamindapat dilihat berdasarkan tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Keterangan | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Perempuan | 44 | 49 % |
| Laki laki | 46 | 51 % |
| Jumlah | 90 | 100 % |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketauhi mengenai karakteristik respomden berdasarkan jenis kelamin menunjukan bahwa mayoritas adalah laki-laki, yaitu sebanyak 46 responden sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 44 responden. Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi adalah kai-laki yang memiliki peluang besar dalam menggunakan pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggid Bukittinggi.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diidentifikasikan berdasarkan usia dapat dilihat berdasarkan tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Usia**

| Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 20 – 29 | 43 | 48 % |
| 30 – 39 | 19 | 21, 1 % |
| 40 – 49 | 15 | 17 % |
| 50 – 59 | 9 | 10 % |
| > 60 | 4 | 4.4 % |
| Jumlah | 90 | 100 % |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas bahwa nasabah prmbiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi Berdasarkan usia dapat dilihat yang menggunakan pembiayaan amanah lebih banyak yang mengisi adalah usia muda. Dimana usia tersebut merupakan usia yang produktif menggunakan kendaraan bermotor, maka dapat disimpulkan bahwa usia nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi merupakan usia produktif menggunakan pembiayaan amanah.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diidentiikasikan berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat berdasarkan tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**

**Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase % |
|---|---|---|
| SMP | 14 | 15,5 % |
| SMA | 39 | 43,3 % |
| SMK | 14 | 15,5 % |
| S1 | 23 | 25,5 % |
| Jumlah | 90 | 100 % |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 memperlihatkan bahwa nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi dilihat dari pendidikan terakhirnya lebih banyak tingkat SMA yaitu sebanyak 39 responden.Berdasarkan tabel di atas memberikan informasi bahwa mayoritas responden tingkat SMP sebanyak 14 responden, tingkat SMK sebanyak 14 responden, dan tinkat S1 sebanyak 23 responden.

## C. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul. Sebelum melakukan analisis dalam penelitian ini, lebih dahulu dikemukakan gambar dari hasil jawaban responden yang diberikan.

Berdasarkan penyebaran kuesioner, diperoleh hasil mengenai tanggapan responden terhadap variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.4**

**Hasil Analisis Deskriptif Variabel**

| Variabel | N | Min | Maks | Rata-rata | Std. Deviasi |
|---|---|---|---|---|---|
| Kualitas Produk ( $X_1$) | 90 | 12 | 37 | 32, 92 | 3,558 |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 90 | 12 | 38 | 32,78 | 3,732 |
| Kepuasan Nasabah (Y) | 90 | 11 | 39 | 33, 09 | 3,838 |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa data yang diolah yaitu sebanyak 90 responden, diperoleh nilai terendah untuk variabel Kualitas Produk ($X_1$) adalah 12, nilai maksimum 37, rata-rata diperoleh sebesar 32, 92 dan *sdt deviation* yang diperoleh sebesar 3.558 yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Variabel Etika Layanan Islami ($X_2$) diperoleh nilai terendah sebesar 12, nilai maksimum 38, rata-rata diperoleh 32,78 dan *sdt deviation* yang diperoleh 3, 732 yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Untuk variabel kepuasan nasabah (Y) diperoleh nilai terendah sebesar 11, nilai maksimum 39, rata-rata diperoleh sebesar 33,09 dan *sdt deviation* yang diperoleh 3, 838 yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

**1. Variabel Kualitas Produk**

Dari data yang peneliti lakukan terhadap para responden, maka tanggapan responden dari variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.5**

**Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk**

| No | Item pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | KS | S | SS |
| 1. | Pegadaian syariah memiliki fitur website serta aplikasi yang simple dan menarik, sehingga penggunaan dan pemahaman pelanggan menjadi efektif. | 1 | 1 | 3 | 57 | 28 |
| 2. | Pegadaian syariah menggunakan sistem apilikasi yang tidak rumit sehingga mudah digunakan semua kalangan dengan efektif | 1 | 1 | 3 | 58 | 27 |
| 3. | Kecepatan pelayanan pegadaian syariah bagus dan bisa diandalkan. | 2 | 0 | 10 | 51 | 27 |
| 4. | Ketepatan waktu pelayanan (jam buka dan jam tutup) sesuai waktu yang telah ditetapkan. | 1 | 1 | 10 | 50 | 28 |
| 5. | Kinerja pegawai pegadaian syariah telah memenuhi persyaratan atau standar kerja yang ada. | 2 | 2 | 5 | 47 | 34 |
| 6. | Pegawai pegadaian syariah bekerja dengan cekatan dan cepat. | 3 | 2 | 17 | 41 | 27 |
| 7. | Produk-produk pembiayaan pada pegadaian syariah terhindar dari riba. | 0 | 1 | 21 | 42 | 26 |
| 8. | Produk pembiayaan di pegadaian syariah sudah sesuai dengan ajaran islam. | 2 | 0 | 19 | 53 | 16 |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa dari 90 responden pernyataan dari variabel kualitas produk item 1, ada 28 orang yang menjawab sangat setuju, sebanyak 57 orang yang menjawab setuju, 3 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang yang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab

sangat tidak setuju. Pernyataan item 2 , yang menjawab sangat setuju ada 27 orang, ada 58 orang menjawab setuju, 3 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 3, ada 27 orang menjawab sangat setuju, 51 orang menjawab setuju, 10 orang menjawab kurang setuju, tidak ada yang menjawab kurang setuju dan 2 orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 4, ada 28 orang menjawab sangat setuju, 50 orang menjawab setuju, 10 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang mnejawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan item 5, ada 34 orang menjawab sangat setuju, 47 orang menjawab setuju, 5 orang menjawab kurang setuju, ada 2 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 6, ada 27 orang menjawab sangat setuju, 41 orang menjawab setuju, 17 orang menjawab kurang setuju, ada 2 orang mnejawab tidak setuju dan 3orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 7, ada 26 orang menjawab sangat setuju, 42 orang menjawab setuju, 21 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 8, ada 16 orang menjawab sangat srtuju, 53 orang menjawab setuju, 19 orang menjawab kurang setuju, tidak ada yang mnejawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju.

**2. Variabel Etika Layanan Islami**

Dari data yang peneliti lakukan terhadap para responden, maka tanggapan respoden dari variabel etika layanan islami dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden terhadap variabel etika layanan islami**

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | KS | S | SS |
| 1 | Pegawai pegadaian syariah memiliki nilai kejujuran serta perbuatan berlandaskan islam. | 0 | 3 | 15 | 43 | 29 |
| 2 | Pegawai pegadaian syariah selalu mengedepan kan sifat jujur kepada nasabah, karna sifat jujur dapat meningkatkan rasa percaya nasabah kepada pegadaian syariah. | 4 | 4 | 4 | 50 | 28 |
| 3 | Pegawai pegadaian syariah bersikap terbuka kepada nasabah untuk mengetahui keingin yang paling di inginkan oleh konsumen,yaitu sifat terbuka dengan konsumen. | 2 | 3 | 19 | 39 | 27 |
| 4 | Pegawai pegadaian syariah memiliki sifat amanah dan tanggung jawab dalam melaksnakan tugas. | 1 | 1 | 14 | 42 | 32 |
| 5 | Pegawai pegadaian syariah melakukan tutur kata yang mudah dipahami oleh nasabah yaitu denga cara menjelaskan secara sopan,jelas,dan tidak terburu-buru. | 2 | 2 | 17 | 35 | 34 |
| 6 | Pegawai pegadaian syariah selalu mengedepankan sifat sopan dan ramah terhadap nasabah. | 2 | 1 | 16 | 38 | 33 |
| 7 | Pegawai pegadain syariah selalu mengedepankan nilai-nilai islami terhadap memasarkan suatu produk. | 2 | 3 | 6 | 52 | 27 |
| 8 | Pegawai pegadaian syariah selalu bertindak secara profesional. | 1 | 0 | 14 | 39 | 36 |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa dari 90 responden pernyataan dari variabel etika layanan islami item 1, ada 29 orang yang menjawab sangat setuju, sebanyak 43 orang yang menjawab setuju, 15 orang menjawab kurang setuju, ada 3 orang yang menjawab tidak setuju dan tidak ada orang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan item 2 , yang menjawab sangat setuju ada 28 orang, ada 50 orang menjawab setuju, 4 orang menjawab kurang setuju, ada 4 orang menjawab tidak setuju dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 3, ada 27 orang menjawab sangat setuju, 39 orang menjawab setuju, 19 orang menjawab kurang setuju, ada 3 orang yang menjawab kurang setuju dan 2 orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 4, ada 32 orang menjawab sangat setuju, 42 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang mnejawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan item 5, ada 34 orang menjawab sangat setuju, 35 orang menjawab setuju, 17 orang menjawab kurang setuju, ada 2 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 6, ada 33 orang menjawab sangat setuju, 38 orang menjawab setuju, 16 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang mnejawab tidak setuju dan 2 orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 7, ada 27 orang menjawab sangat setuju, 52 orang menjawab setuju, 6 orang menjawab kurang setuju, ada 3 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada item 8, ada 36 orang menjawab sangat srtuju, 39 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab kurang setuju, tidak ada yang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju.

### 3. Variabel Kepuasan Nasabah

Dari data yang peneliti lakukan terhadap para responden, maka tanggapan respoden dari variabel etika layanan islami dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden terhadap variabel kepuasan nasabah**

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | KS | S | SS |
| 1 | Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk dan etika layanan islami di pegadaian syariah. | 1 | 2 | 9 | 47 | 31 |
| 2 | Nasabah puas terhadap fasilitas yang ada di pegadaian syariah. | 2 | 1 | 10 | 53 | 24 |
| 3 | Nasabah merasa puas akan layanan di pegadaian syariah kerena sesuai yag diharapkan. | 1 | 0 | 20 | 46 | 23 |
| 4 | Nasabah merasa puas dengan pegadaian syariah karena sesuai dengan syariat islam. | 1 | 1 | 19 | 60 | 9 |
| 5 | Nasabah berminat untuk menggunakan kembali produk di pegadaian syariah. | 1 | 1 | 14 | 45 | 29 |
| 6 | Nasabah berniat untuk mengunjungi kembali pegadaian syariah. | 2 | 0 | 12 | 43 | 33 |
| 7 | Nasabah berminat untuk merekomendasikan produk atau jasa yang ada di pegadaian syariah. | 1 | 1 | 7 | 36 | 45 |
| 8 | Nasabah berminat untuk merekomendasikan produk di pegadaian syariah kepada keluarga. | 2 | 1 | 6 | 35 | 46 |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa dari 90 responden pernyataan dari variabel kepuasan nasabah item 1, ada 31 orang yang menjawab sangat setuju, sebanyak 47 orang yang menjawab setuju, 9 orang menjawab kurang setuju, ada 2 orang yang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan item 2 , yang menjawab sangat setuju ada 24 orang, ada 53 orang menjawab setuju, 10 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 3, ada 23 orang menjawab sangat setuju, 46 orang menjawab setuju, 20 orang menjawab kurang setuju, tidak ada orang yang menjawab kurang setuju dan 1 orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 4, ada 9 orang menjawab sangat setuju, 60 orang menjawab setuju, 19 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang mnejawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan item 5, ada 29 orang menjawab sangat setuju, 45 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 6, ada 33 orang menjawab sangat setuju, 43 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab kurang setuju, tidak ada orang menjawab tidak setuju dan 2 orang mnejawab sangat tidak setuju. Pada item 7, ada 45 orang menjawab sangat setuju, 36 orang menjawab setuju, 7 orang menjawab kurang setuju, ada 1 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju. Pada item 8, ada 46 orang menjawab sangat setuju, 35 orang menjawab setuju, 6 orang menjawab kurang setuju, 1 otang yang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju.

## D. Analisis Inferensial

### 1. Uji Pra Penelitian

#### a. Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan kepada para responden maka didapatkan hasil pada tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | No. Pernyataan | R hitung | R tabel (5%) | Ket. |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas Produk ($X_1$) | 1 | 0,614 | 0, 207 | Valid |
| | 2 | 0,651 | 0,207 | Valid |
| | 3 | 0, 650 | 0,207 | Valid |
| | 4 | 0, 643 | 0,207 | Valid |
| | 5 | 0, 665 | 0,207 | Valid |
| | 6 | 0, 556 | 0,207 | Valid |
| | 7 | 0, 414 | 0,207 | Valid |
| | 8 | 0, 635 | 0,207 | Valid |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 1 | 0,456 | 0,207 | Valid |
| | 2 | 0, 567 | 0,207 | Valid |
| | 3 | 0, 591 | 0,207 | Valid |
| | 4 | 0, 515 | 0,207 | Valid |
| | 5 | 0, 658 | 0,207 | Valid |
| | 6 | 0, 452 | 0,207 | Valid |
| | 7 | 0, 653 | 0,207 | Valid |
| | 8 | 0, 575 | 0,207 | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Kepuasan Nasabah (Y) | 1 | 0, 605 | 0,207 | Valid |
| | 2 | 0, 597 | 0,207 | Valid |
| | 3 | 0, 521 | 0,207 | Valid |
| | 4 | 0, 622 | 0,207 | Valid |
| | 5 | 0, 540 | 0,207 | Valid |
| | 6 | 0, 666 | 0,207 | Valid |
| | 7 | 0, 743 | 0,207 | Valid |
| | 8 | 0, 619 | 0,207 | Valid |

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, hasil uji validitas dapat diketauhi bahwa setiap item pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid dan layak untuk penelitian. Karena hasil r hitung > r tabel 5% dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas yabg telah dilakukan kepada para respoden yang merupakan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi melalui kuesioner, maka didapatkan hasil pada tabel 4.9 sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Jumlah Item | *Cronbach's Alpha* | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Kualitas Produk ($X_1$) | 8 | 0, 744 | Reliabel |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 8 | 0, 683 | Reliabel |
| Kepuasan Nasabah (Y) | 8 | 0, 763 | Reliabel |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa variaebel kualitas produk, etika layanan islami dan kepuasan nasabah dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6.

**2.** Uji Asumsi Klasik

**a.** Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang diperoleh terdistribusi dengan normal atau tidak. Sehingga diketauhi apakah data tersebut dapat digunakan pada model regresi atau tidak.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Normalitas**

| | **N** | **Normal Parameters** | | **Asymp. Sig. (2-tailed)** |
|---|---|---|---|---|
| | | **Mean** | **Sdt. Deviation** | |
| Unstandarlized residual | 90 | 0,000 | 2,900 | 0,200 |

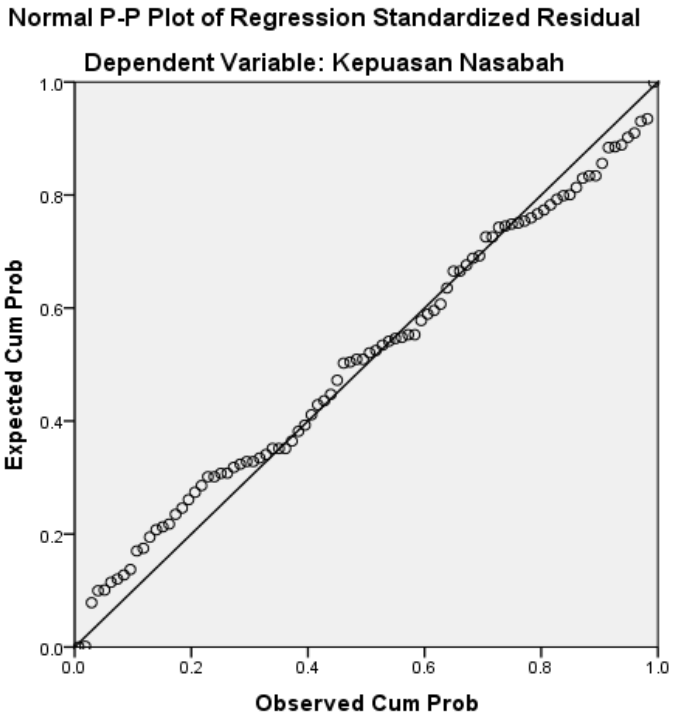
Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diperoleh nilai sig (2-tailed) sebesar 0,200 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. 0,200 >0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Metode grafik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat normal probability plot adalah membandingkan distribusi komulatif dan distribusi normal. Dasar prngambilan keputusan melalui analisis ini, jaka data mrnyebar disekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Normalitas**




Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Pada gambar 4.1 diatas hasil pengujian Normal *P-P Plot Regression Standardized Residual*, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value atau variance inflation factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas data dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| Kualitas Produk ($X_1$) | 0,389 | 2,569 |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 0,389 | 2,569 |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai tolerance sebesar 0,389 > 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 2,569 < 10, yang berarti tidak ada multikolinearitas pada variabel kualitas produk. Untuk variabel etika layanan islami memiliki tolerance sebesar 0,389 > 0,10 dam memiliki VIF sebesar 2,569 < 10, yang berarti tidak ada multikolinearitas pada variabel etika

layanan islami. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan etika layanan islami terbebas dari masalah multikolinearitas.

**c. Uji Hetereskedastisitas**

Uji hetereskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian terdiri dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap , maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut hetereskedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi hetereskedastisitas. Hasil uji hetereskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Hetereskedastisitas**

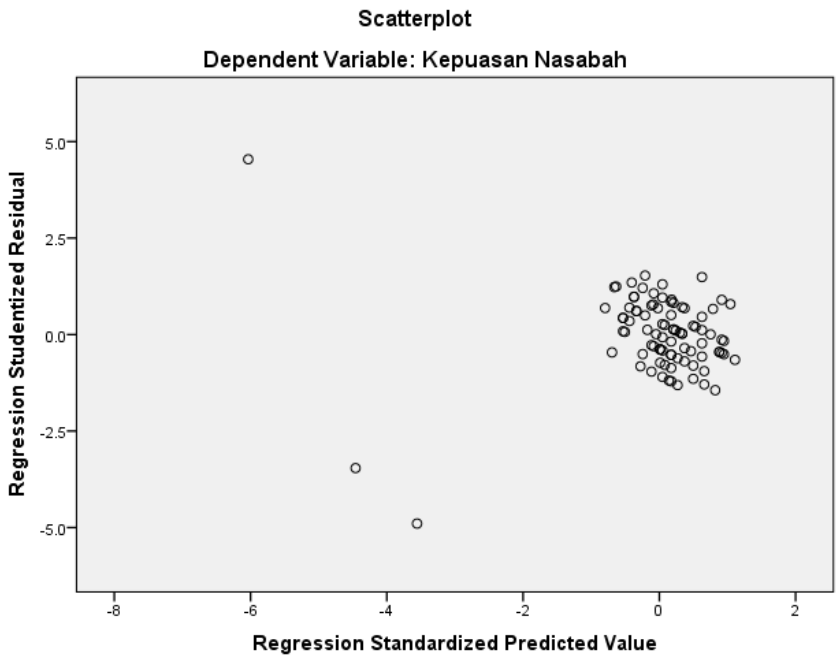
| **Variabel** | **N** | **Sig.2-tailed** |
|---|---|---|
| Kualitas Produk ($X_1$) | 90 | 0,298 |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 90 | 0,398 |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil output menunjukan bahwa variabel kualitas produk ($X_1$) nilai signifikannya sebesar 0,298 > 0,05 dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, variabel

etika layanan islami ($X_2$) nilai signifikannya 0,398 > 0,05 dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Cara menguji heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji korelasi sperman yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai unstandardizeddengan masing-masing variabel dependen ($X_1$, $X_2$). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut :




Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan gambar 4.2 satterplot terlihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0, sehingga grafik tersebut tidak dapat dibaca dengan jekas. Hal ini memperlihatkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan unruk melihat pengaruh dua variabel atau lebih. Dalam hal ini untuk melihat antara pengaruh kualitas produk ($X_1$) dan etika layanan islami ($X_2$) terhadap kepuasan nasabah (Y) . Hasil penelitian regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Variabel | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| Constant | 9,178 | 2,995 | | 3,064 | 0,003 |
| Kualitas Produk ($X_1$) | 0,322 | 0,140 | 0, 298 | 2,296 | 0,024 |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 0,406 | 0,134 | 0,395 | 3,043 | 0,003 |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Dari analisis diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$y = 9{,}178 + 0{,}322X_1 + 0{,}406X_2$$

Maksud dari persamaan diatas adalah :

a. Apabila konstanta dari Unstandardized Coefficients, dalam kasus ini nilainya sebesar 9,178 . Angka ini merupakan angka yang mempunyai arti bahwa jika variabel kualitas produk dan etika layanan islami sama dengan nol ($X_1$ dan $X_2$ = 0) maka kepuasan nasabah pemvbiayaan amanah di pegadaian syariah (Y) sebesar 9,178
b. Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,322 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Setiap penambahan satu milai pada variabel kualitas produk dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,322 atau dengan persentase 32,2 %.
c. Nilai koefisien etika layanan islami sebesar 0,406 menyatakan bahwa etika layanan islami berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Setiap penambahan satu nilai pada variabel etika layanan islami dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,406 atau dengan persentase 40,6%.

## 4. Pengujian Model

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

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh silmutan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji F**

| Model | Sum of Square | Df. | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Regression | 562,694 | 2 | 281,347 | 32,698 | 0,000 |
| Residual | 748,595 | 87 | 8,605 | | |
| Total | 1311,289 | 89 | | | |
| Nilai $F_{tabel}$ = n – m – 1<br>$F_{tabel}$ = 90 – 2 – 1 = 87<br>Maka diperoleh nilai $f_{tabel}$ sebesar 3,10 | | | | | |

Sumber Data Primer yang Dioah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,050 (0,000 < 0,050) dan $f_{hitung}$ sebesar 32,698 lebih besar dari $f_{tabel}$ 3,10 (32,698 > 3,10). Sehingga dapat disimpulkan H3 diterima dan H0 ditolak yang berarti kualitas produk ($X_1$) dan etika layanan islami ($X_2$) secara simultan (bersamaan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasaan nasabah (Y) pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

b. Uji Signifikan Parameter Individual ( *t* )

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji t**

| **Variabel** | **Unstandardized Cofficient** | | **Standardized Coeficient** | **T** | **Sig.** |
|---|---|---|---|---|---|
| | **B** | **Std. Error** | **Beta** | | |
| Constand | 9,178 | 2,995 | | 3,064 | 0,003 |
| Kualitas Produk ($X_1$) | 0,322 | 0,140 | 0,298 | 2,296 | 0,024 |
| Etika Layanan Islami ($X_2$) | 0, 406 | 0,134 | 0,395 | 3,043 | 0,003 |
| Df : 90 – 2 – 1 = 87<br>Dengan taraf sig. 5% (0,05)<br>Maka diperoleh nilai $t_{tabel}$ sebesar 1,662 | | | | | |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tebel 4.15 diatas didapatkan hasil uji t sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis 1 (H1)

Diketahui nilai sig. variabel kualitas produk ($X_1$) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 (0,042 < 0,05) dan $t_{hitung}$ sebesar 2,296 lebih besar dari $t_{tabel}$ 1,662

(2,296 > 1,662). Sehingga dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

2) Diketahui nilai sig. variabel etika layanan islami ($X_2$) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05) dan $t_{hitung}$ sebesar 3,043 lebih besar dari $t_{tabel}$ sebesar 1,662 (3,043 > 1,662). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak, yang berarti secara parsial etika layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah.

**c. Uji Determinasi ($R^2$)**

Hasil koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (kualitas produk dan etika layanan islami) dalam menerangkan variasi variabel dependen ( kepuasan nasabah).

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji $R^2$**

| R | R Square | Adjusted R Square | Sdt. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| 0,655 | 0,429 | 0,416 | 2, 933 |

Sumber Data Primer yang Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui nilai R square sebesar 0,429. Hasil ini berarti variabel independen yaitu kualitas produk dan etika layanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 42,9%.

## E. Analisis Temuan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiaayan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

Pada hipotesis pertama (H1) penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi. Berdasarkan hasil uji signifikan parameter individual atau uji t, diperoleh hasil signifikan sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 (0,024 < 0,05) dan $t_{hitung}$ sebesar 2,296 lebih besar dari $t_{tabel}$ 1,662 (2,296 > 1,662). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gerardo Andrew Tumengkang[59] dalam penelitiannya yang berjudul Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado, menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan Samsum Arifin[60] dalam penelitinnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market menyimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

**2. Pengaruh Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.**

Berdasarkan hasil uji signifikan parameter individual atau uji t hipotesis 2 (H2) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05) dan $t_{hitung}$ sebesar 3,043 lebih besar dari $t_{tabel}$ sebesar 1,662 (3,043 > 1,662). Sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel etika layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

[59] Gerardo Andrew Tumangkeng, "*Kualitas Produk, Suku Bunga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado*". Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 4 (Desember 2013).

[60] Basrah Saidani, Samsul Arifin, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*". Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3 No. 1, 2012

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjar Arista Sari bahwa kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih tabungan emas Pegadaian Syariah.[61]

**3. Pengaruh Kualitas Produk dan Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.**

Pada hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi. Berdasarkan hasil uji signifikan simultan (uji f) yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersamaan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi Hasil menunjukan nilai signifikan sebesar sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,050 (0,000 < 0,050) dan $f_{hitung}$ sebesar 32,698 lebih besar dari $f_{tabel}$ 3,10 (32,698 > 3,10).

[61] Anjar Arista Sari, *Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 3. No. 2, Tahun 2020.

Kemudian pada hasil koefisien determinasi (R2 ) diperoleh R square sebesar 0,429. Hasil tersebut berarti variabel independen yaitu kualitas produk dan etika layanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah sebesar 42,9%.

Hasil uji tersebut menunjukan bahwa secara silmutan kualitas produk dan etika layanan islami mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah saat menggunakan produk tersebut dan kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah. semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

**4. Pentingnya Etika Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.**

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. baik buruknya perilaku bisnis pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan hasil uji signifikan parameter individual atau uji t hipotesis 2 (H2) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05) dan $t_{hitung}$ sebesar 3,043 lebih besar dari $t_{tabel}$ sebesar 1,662 (3,043 > 1,662). Sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel etika layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.

Kualitas pelayanan islami harus ditingkatkan dan dipertahankan, karena kualitas pelayanan menjadi dasar dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sikap yang dibentuk dalam jangka panjang, evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaa. Kualitas pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang mempunyai mutu atau kualitas yang diperhatikan. Oleh karena itu, memberikan pelayanan tidak dianjurkan sama sekali untuk mempersulit urusannya. Mempersulit urusan sangat dikecam dalam ajaran Islam, termasuk untuk hal yang bernilai ibadah atau kebaikan.

# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan etika layanan islami terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.
2. Etika Layanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.
3. Secara simultan kualitas produk dan etika layanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi.
4. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Kualitas pelayanan islami harus ditingkatkan dan dipertahankan, karena kualitas pelayanan menjadi dasar dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan, maka saran yang bisa diajukan adalah sebagai berikut.

1. Kepada pihak Pegadain Syariah Manggis Bukittinggi Dari sisi pelayanan diharapkan lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar memberikan hasil yang cukup efektif terhadap kepuasan nasabah, seperti saat melakukan pelayanan pegawai tidak lupa menyebut nama nasabah, dan memperbaiki jam pelayanan. Karena, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang nanti akan melakukan penelitian mengenai suatu hal yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Manggis Bukittinggi bisa ditambah dengan variabel yang berbeda.

# DAFTAR PUSTAKA


Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani. Danupranata, G. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah.* Jakarta: Salemba Empat. dkk, L. I. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan BankSyariah Cabang Malang . *Jurnal Ekonomi Syariah* , 86.

Hasan, A. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Depertemen PendidikanNasional Balai Pustaka.

Hasanudin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervending Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal RisetBisnis Dan Manajemen* , 51.

Hayati, Y. H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.*Jurnal Ilmiah Manjemen Fakultas Ekonomi* , 50.

Hazmi, A. a. (2013). Peran Kualitas Jasa Pada Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dan Niat Beralih Nasabah PT Pegadaian Di Surabaya. *Jurnal Of Business And Banking* , 167.

Heykal, n. h. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis.*

Jakarta: Kencana.

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah.* Jakarta :
Kencana. Kasmir. (2005). *Pemasaran*
*Bank.* Jakarta: Kencana.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.

Kusumasitta. (2014). Relevensi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggabagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* .

Mandelay, V. J. (2014). Analisis Jasa Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya TerhadapKepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Telling. *Jurnal EMBA* .

Marpaung, F. K. (2021). Pengaruh Harga . *Jurnal Manajemen* .

Martono. (2002). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain.* Yogyakarta: Ekonisia.

Muh ansar aziz, n. s. (2020). Tinjuan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Pemberian Kredir Produk Amanah Di Pegadaian Syariah. *Jurnal IlmiahMahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* .

Muhammad. (2016). *Manajemen Pembiayan Syariah Edisi kedua.* Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.

Muhammad. (2014). *Manjemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: PT RajagrafindoPersada.

Muthalib, L. E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan NasabahPt Pegadaian Cabang Madala Medan. *Jurnal Administrasi Publik* .

Nasri, T. h. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Aplikasi

:Servquel Model Pada Lembaga Keuagan Mikro Syariah Kota Malang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* , 75.

Philip Kotler, A. S. (2001). *Manajemen Pemasaran Diindonesia.* Jakarta: SalembaEmpat.

Philip Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.Philp kotler, k. l. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Puspitaningtyas, A. W. (2012). *Metode Penelitian Kuantitaif.* Jakarta: Rineka Cipta.Rianto, N. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah.* Bnadung: CV Pustaka Setia.

Rokhilawati, Y. (2020). Analisis Strategi Pelayanan Islami Pt Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Darusalam* .

Sangi, I. M. (2022). Penagaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Ratotana. *Productivit*

Sari, A. A. (2020). Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memeilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaia Syariah Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* .

Sofyanto, I. (2016). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah Studi Em[Iris Pada Pt Bank Tabungan Negara Cabang Semarang. *Jurnal Of Management* , 6.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kauntitaif Dan Kualitatif, R&D).* Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syarih.* Yogyakarta : Graha Ilmu. Syafrudin. (2012). Pengaruh Pemberian Kredit Pt Pegadaia Syariah Cabang

Sumbawa Terhadap Modal Kerja. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* , 14.

Tjiptono, F. (2005). *Strategi Bisnis.* Jakarta: Bumi Aksara.

Tumangkeng, G. A. (2013). Kualitas produk suku bunga dan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabangmanado. *Jurnal Emba* .

Umardjan, D. (2019). *metode penelitian kuantitatif.* Jakarta: Grapindo.

Untari, D. T. (2018). *Bahan ajar metodologi penelitian.* Purwokerto: CV PenaPersada.

**Lampiran 1**

## LEMBAR KUESIONER

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN ETIKA LAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PRODUK PEMBIAYAAN AMANAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH MANGGIS BUKITTINGGI.

**Kuesioner I : Karakteristik Responden**

1. Umur :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :

**Kuesioner II**

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

| NO | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Pegadaian syariah memiliki fitur website serta aplikasi yang simple dan menarik, sehingga penggunaan dan pemahaman pelanggan menjadi efektif. | | | | | |
| 2. | Pegadaian syariah menggunakan sistem apilikasi yang tidak rumit sehingga mudah digunakan semua kalangan dengan efektif | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. | Kecepatan pelayanan pegadaian syariah bagus dan bisa diandalkan. | | | | | |
| 4. | Ketepatan waktu pelayanan (jam buka dan jam tutup) sesuai waktu yang telah ditetapkan. | | | | | |
| 5. | Kinerja pegawai pegadaian syariah telah memenuhi persyaratan atau standar kerja yang ada. | | | | | |
| 6. | Pegawai pegadaian syariah bekerja dengan cekatan dan cepat. | | | | | |
| 7. | Produk-produk pembiayaan pada pegadaian syariah sudah sesuai dengan SOP yang dijalankan. | | | | | |
| 8. | Produk pembiayaan amanah sudah sesuai dengan prosedur yang ada di pegadaian syariah. | | | | | |
| 9. | Pegawai pegadaian syariah memiliki nilai kejujuran serta perbuatan berlandaskan islam. | | | | | |
| 10. | Pegawai pegadaian syariah selalu mengedepan kan sifat jujur kepada nasabah, karna sifat jujur dapat meningkatkan rasa percaya nasabah kepada pegadaian syariah. | | | | | |
| 11. | Pegawai pegadaian syariah bersikap terbuka kepada nasabah untuk mengetahui keingin yang paling di inginkan oleh konsumen,yaitu sifat terbuka dengan konsumen. | | | | | |
| 12. | Pegawai pegadaian syariah memiliki sifat amanah dan tanggung jawab dalam melaksnakan tugas dan tanggung jawab. | | | | | |
| 13. | Pegawai pegadaian syariah melakukan tutur kata yang mudah dipahami oleh nasabah yaitu denga cara menjelaskan secara sopan,jelas,dan tidak terburu-buru. | | | | | |
| 14. | Pegawai pegadaian syariah selalu mengedepankan sifat sopan dan | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ramah terhadap nasabah. | | | | | |
| 15. | Pegawai pegadain syariah selalu mengedepankan nilai-nilai islami terhadap memasarkan suatu produk. | | | | | |
| 16. | Pegawai pegadaian syariah selalu bertindak secara profesional dengan menjelaskan lebih detail dan mudah dipahami oleh konsumen. | | | | | |
| 17. | Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk dan etika layanan islami di pegadaian syariah. | | | | | |
| 18. | Nasabah puas terhadap fasilitas yang ada di pegadaian syariah. | | | | | |
| 19. | Nasabah merasa puas akan layanan di pegadaian syariah kerena sesuai yag diharapkan. | | | | | |
| 20. | Nasabah merasa puas dengan pegadaian syriah karena sesuai dengan syariat islam. | | | | | |
| 21. | Nasabah berminat untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang ada di pegadaian syariah. | | | | | |
| 22. | Nasabah berniat untuk mengunjungi kembali pegadaian syariah. | | | | | |
| 23. | Nasabah berminat untuk merekomendasikan produk atau jasa yang ada di pegadaian syariah kepada teman. | | | | | |
| 24. | Nasabah berminat untuk merekomendasikan produk atau jasa yang ada di pegadaian syariah kepada keluarga. | | | | | |

**Lampiran 2**

| No Responden | Kualitas Produk | | | | | | | | Jumlah |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 35 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 34 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 34 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 9 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 34 |
| 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 30 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 34 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 33 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 24 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 34 |
| 25 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 26 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 31 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 33 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 34 |
| 34 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 34 |
| 35 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 36 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 38 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 33 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 41 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 5 | 3 | 20 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 34 |
| 44 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 12 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 47 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 29 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 49 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 50 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 53 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 55 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 56 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 33 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 34 |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 34 |
| 60 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 62 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 33 |
| 63 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 30 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 65 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 66 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 68 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 35 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 72 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 73 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 77 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 33 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 78 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 79 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 33 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 87 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 18 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 90 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| | | | | | | | | | 2963 |

| **No Responden** | **Etika Layanan Islami** | | | | | | | | **Jumlah** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 30 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 6 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 28 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 8 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 9 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 27 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 11 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 12 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 14 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 15 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 16 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 33 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| 18 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 31 |
| 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 35 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 21 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 23 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 24 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 26 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 3 | 29 |
| 27 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 30 |
| 30 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 32 |
| 31 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 33 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 34 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 37 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 39 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 31 |
| 41 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 21 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 43 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 44 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 12 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 36 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 47 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 37 |
| 50 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 53 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 54 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 55 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 58 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| 59 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| 60 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 35 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 34 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 64 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 66 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 32 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 68 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 33 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 70 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 73 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 75 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 76 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 78 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 84 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 86 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 87 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 89 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jumlah | | | | | | | | | 2950 |

| **No Responden** | **Kepuasan Nasabah** | | | | | | | | **Jumlah** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 34 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 7 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 9 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 11 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 12 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 14 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 17 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 28 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 29 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 31 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 32 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| 37 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 39 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 41 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 42 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 43 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 44 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 53 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 56 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 58 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| 59 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 31 |
| 60 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 34 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 63 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 33 |
| 64 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 66 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 30 |
| 67 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 68 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 32 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 70 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 34 |
| 78 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 80 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 82 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 34 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 86 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 87 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 13 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| | | | | | | | | | 2978 |

## Lampiran 3

Hasil Validitas Kualitas Produk

| | | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Item 1 | Pearson Correlation | 1 | .154 | .455** | .134 | .405** | .076 | .609** | .195 | .614** |
| | Sig. (2-tailed) | | .147 | .000 | .207 | .000 | .476 | .000 | .066 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 2 | Pearson Correlation | .154 | 1 | .242* | .566** | .308** | .424** | .009 | .486** | .651** |
| | Sig. (2-tailed) | .147 | | .021 | .000 | .003 | .000 | .933 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 3 | Pearson Correlation | .455** | .242* | 1 | .280** | .573** | .166 | .129 | .293** | .650** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .021 | | .008 | .000 | .117 | .224 | .005 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 4 | Pearson Correlation | .134 | .566** | .280** | 1 | .155 | .489** | .055 | .416** | .643** |
| | Sig. (2-tailed) | .207 | .000 | .008 | | .144 | .000 | .609 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 5 | Pearson Correlation | .405** | .308** | .573** | .155 | 1 | .151 | .222* | .403** | .665** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .003 | .000 | .144 | | .155 | .036 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 6 | Pearson Correlation | .076 | .424** | .166 | .489** | .151 | 1 | -.034 | .267* | .556** |
| | Sig. (2-tailed) | .476 | .000 | .117 | .000 | .155 | | .754 | .011 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 7 | Pearson Correlation | .609** | .009 | .129 | .055 | .222* | -.034 | 1 | .042 | .414** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .933 | .224 | .609 | .036 | .754 | | .691 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 8 | Pearson Correlation | .195 | .486** | .293** | .416** | .403** | .267* | .042 | 1 | .635** |
| | Sig. (2-tailed) | .066 | .000 | .005 | .000 | .000 | .011 | .691 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| skor | Pearson Correlation | .614** | .651** | .650** | .643** | .665** | .556** | .414** | .635** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

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

# Hasil Validitas Etika Layanan Islami

| | | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Item 1 | Pearson Correlation | 1 | .021 | .364** | .122 | .381** | -.080 | .305** | -.039 | .456** |
| | Sig. (2-tailed) | | .843 | .000 | .253 | .000 | .454 | .003 | .716 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 2 | Pearson Correlation | .021 | 1 | .140 | .298** | .255* | .246* | .286** | .350** | .567** |
| | Sig. (2-tailed) | .843 | | .189 | .004 | .015 | .019 | .006 | .001 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 3 | Pearson Correlation | .364** | .140 | 1 | -.032 | .470** | .050 | .459** | .118 | .591** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .189 | | .767 | .000 | .636 | .000 | .268 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 4 | Pearson Correlation | .122 | .298** | -.032 | 1 | -.029 | .373** | .241* | .381** | .515** |
| | Sig. (2-tailed) | .253 | .004 | .767 | | .789 | .000 | .022 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 5 | Pearson Correlation | .381** | .255* | .470** | -.029 | 1 | -.024 | .471** | .367** | .658** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .015 | .000 | .789 | | .822 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 6 | Pearson Correlation | -.080 | .246* | .050 | .373** | -.024 | 1 | .097 | .313** | .452** |
| | Sig. (2-tailed) | .454 | .019 | .636 | .000 | .822 | | .362 | .003 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 7 | Pearson Correlation | .305** | .286** | .459** | .241* | .471** | .097 | 1 | .086 | .653** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .006 | .000 | .022 | .000 | .362 | | .422 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 8 | Pearson Correlation | -.039 | .350** | .118 | .381** | .367** | .313** | .086 | 1 | .575** |
| | Sig. (2-tailed) | .716 | .001 | .268 | .000 | .000 | .003 | .422 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| skor | Pearson Correlation | .456** | .567** | .591** | .515** | .658** | .452** | .653** | .575** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

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

# Hasil Validitas Kepuasan Nasabah

| | | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Item 1 | Pearson Correlation | 1 | .289** | .402** | .177 | .313** | .132 | .451** | .215* | .605** |
| | Sig. (2-tailed) | | .006 | .000 | .096 | .003 | .214 | .000 | .042 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 2 | Pearson Correlation | .289** | 1 | .333** | .285** | .118 | .300** | .220* | .349** | .597** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | | .001 | .006 | .270 | .004 | .037 | .001 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 3 | Pearson Correlation | .402** | .333** | 1 | .110 | .241* | .100 | .421** | -.041 | .521** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | | .301 | .022 | .351 | .000 | .700 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 4 | Pearson Correlation | .177 | .285** | .110 | 1 | .294** | .508** | .262* | .497** | .622** |
| | Sig. (2-tailed) | .096 | .006 | .301 | | .005 | .000 | .013 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 5 | Pearson Correlation | .313** | .118 | .241* | .294** | 1 | .131 | .569** | .042 | .540** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .270 | .022 | .005 | | .217 | .000 | .692 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 6 | Pearson Correlation | .132 | .300** | .100 | .508** | .131 | 1 | .430** | .629** | .666** |
| | Sig. (2-tailed) | .214 | .004 | .351 | .000 | .217 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 7 | Pearson Correlation | .451** | .220* | .421** | .262* | .569** | .430** | 1 | .302** | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .037 | .000 | .013 | .000 | .000 | | .004 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Item 8 | Pearson Correlation | .215* | .349** | -.041 | .497** | .042 | .629** | .302** | 1 | .619** |
| | Sig. (2-tailed) | .042 | .001 | .700 | .000 | .692 | .000 | .004 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| skor | Pearson Correlation | .605** | .597** | .521** | .622** | .540** | .666** | .743** | .619** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

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

**Lampiran 4**

Reabilitas $X_1$

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .744 | 8 |

Reabilitas $X_2$

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .683 | 8 |

Reabilitas Y

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .763 | 8 |

## Lampiran 5

### Deskriptive Data

**Descriptive Statistics**

| | N | ange | inimum | aximum | Sum | Mean | | d. Deviation | riance |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | tistic | atistic | tatistic | tatistic | tatistic | tatistic | td. Error | Statistic | tistic |
| alitas Produk | 90 | 25 | 12 | 37 | 2963 | 32.92 | .375 | 3.558 | 657 |
| ka layanan Islami | 90 | 26 | 12 | 38 | 2950 | 32.78 | .393 | 3.732 | 928 |
| buasan Nasabah | 90 | 28 | 11 | 39 | 2978 | 33.09 | .405 | 3.838 | 734 |
| id N (listwise) | 90 | | | | | | | | |

### Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

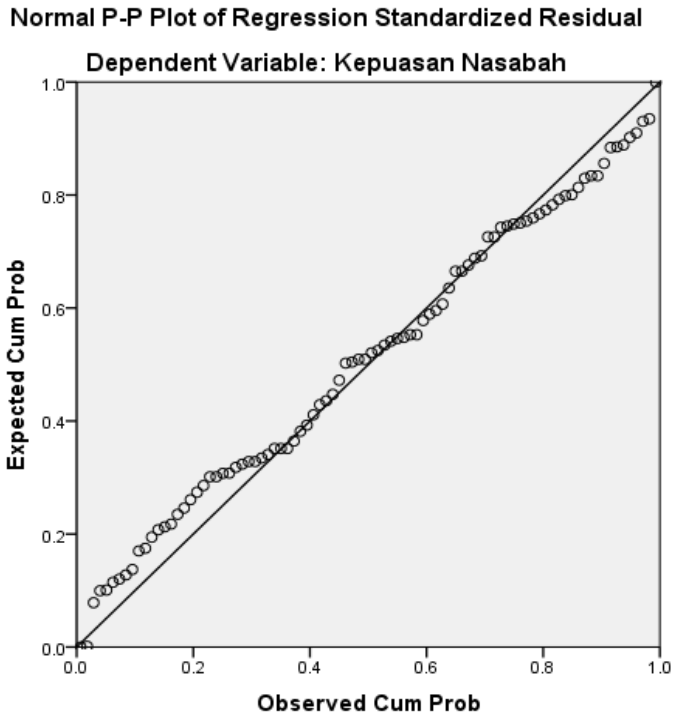
| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| | | 90 |
| rmal Parameters[a,b] | an | .0000000 |
| | l. Deviation | 2.90020307 |
| st Extreme Differences | solute | .077 |
| | sitive | .063 |
| | gative | -.077 |
| st Statistic | | .077 |
| ymp. Sig. (2-tailed) | | .200[c,d] |

Test distribution is Normal.

Calculated from data.

Lilliefors Significance Correction.

This is a lower bound of the true significance.




Uji Multikoliniritas

**Coefficients[a]**

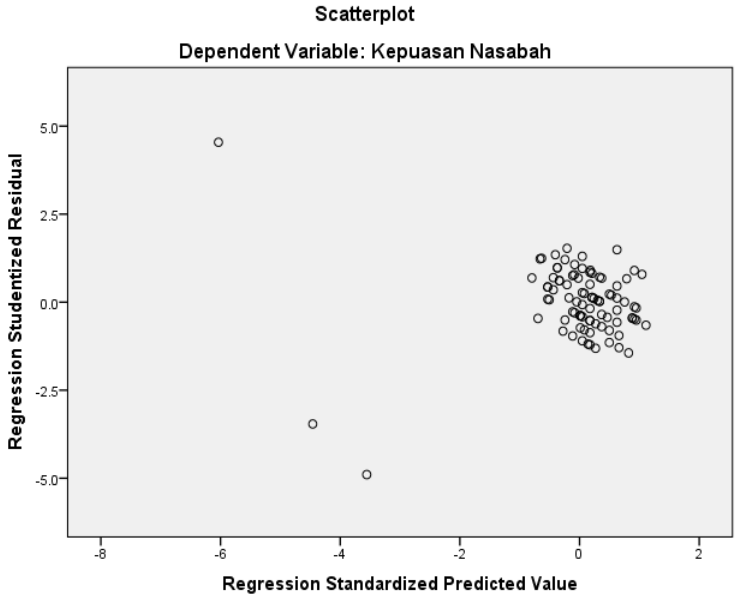
| del | Unstandardized Coefficients | | andardized Coefficients | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | olerance | VIF |
| onstant) | 9.178 | 2.995 | | | |
| alitas Produk | .322 | .140 | .298 | .389 | 2.569 |
| ka layanan Islami | .406 | .134 | .395 | .389 | 2.569 |

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Heteroskeditas

**Coefficients[a]**

| del | Unstandardized Coefficients | | tandardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | td. Error | Beta | | |
| onstant) | 9.178 | 2.995 | | 3.064 | .003 |
| alitas Produk | .322 | .140 | .298 | 2.296 | .024 |
| ka layanan Islami | .406 | .134 | .395 | 3.043 | .003 |



## Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 9.178 | 2.995 | | 3.064 | .003 | | |
| | Kualitas Produk | .322 | .140 | .298 | 2.296 | .024 | .389 | 2.569 |
| | Etika layanan Islami | .406 | .134 | .395 | 3.043 | .003 | .389 | 2.569 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Hasil Uji f

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 562.694 | 2 | 281.347 | 32.698 | .000[b] |
| | Residual | 748.595 | 87 | 8.605 | | |
| | Total | 1311.289 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Etika layanan Islami, Kualitas Produk

## Hasil Uji t

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 9.178 | 2.995 | | 3.064 | .003 | | |
| | Kualitas Produk | .322 | .140 | .298 | 2.296 | .024 | .389 | 2.569 |
| | Etika layanan Islami | .406 | .134 | .395 | 3.043 | .003 | .389 | 2.569 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Hasil Uji $R^2$

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | .655[a] | .429 | .416 | 2.933 | .429 | 32.698 | 2 | 87 | .000 | 1.895 |

a. Predictors: (Constant), Etika layanan Islami, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Dokumentasi



