PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN *ROFIQOH* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK SUMSEL BABEL CAPEM SYARIAH MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

Oleh:

Yasrica Dwi Rahmadani

NIM: 3314015

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

BUKITTINGGI

2018

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIM : Yasrica Dwi Rahmadani/ 3314.015

Tempat/ tanggal lahir : Palembang/ 14 Januari 1997

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

Menyatakan dengan sungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **benar** karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya saya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis,

Yasrica Dwi Rahmadani

3314.015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul **"PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN *ROFIQOH* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK SUMSEL BABEL CAPEM SYARIAH MUHAMMADIYAH PALEMBANG"**, yang disusun oleh saudari **YASRICA DWI RAHMADANI, NIM 3314.015** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Iiz Izmuddin, MA	**Hj. Zulhelmi, SE., MM**
NIP.197503032001121007	**NIP.196404222014112001**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN *ROFIQOH* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK SUMSEL BABEL CAPEM SYARIAH MUHAMMADIYAH PALEMBANG"**, yang disusun oleh saudari **YASRICA DWI RAHMADANI, NIM 3314.015** telah diuji dalam sidang munaqasah Jurusan S1 Perbankan Syariah, pada hari Kamis tanggal 13 September 2018. Dan telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi.

Bukittinggi, 13 September 2018

TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 197503032001121007

Yefri Joni, MA
NIP.197602062003121004

Novera Martilova, SE., ME
NIDN.2008118401

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP.197503032001121007

Hj. Zulhelmi, SE., MM
NIP.196404222014112001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE., M.Si
NIP. 196211101999031001

MOTO

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar-Rad: 11)

Fall Seven Times, Stand Up Eight.

(Robert Kiyosaki)

Saat kita merasa kesulitan dalam perjalanan kehidupan kita, itu artinya Allah sayang kepada kita, Allah sedang menguji kesabaran kita, kemudian meningkatkan derajat kita di mata Allah. Jadi selalu bersyukur walau kita sedang berada pada masa sulit.

(Yasrica Dwi Rahmadani)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada:

- Allah SWT dan Rasulullah SAW
- Keluargaku Tercinta : Mama dan Papa tersayang tercinta

  Kakakku Yasriko Eri Yanto dan Adikku Yafina Firda Tri Nanda

  Serta Keluarga Besarku

- Tersayang Alim Mustofa
- Para Dosen, terutama Dosen Pembimbing dan Penguji
- Sahabatku Indah Dwitasari, Nadia Rizky Handayani dan Nanda Fadillah
- Sahabat KKN 146 Adnora Luvita, Emellia Yulanda, Fauzul Azim dan Rahmat Hidayat
- Sahabat seperjuangan Lisa Yanti, Ruri Efriza Fenturini dan Maya Cita
- Almamaterku dan Agamaku

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya tanpa batas kepada penulis, Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang leluhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT yaitu Al-Quran dan Hadist. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammdiyah Palembang".

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syari'ah. Keberhasilan penyusun skripsi ini juga atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih yang tulus tak terhingga kepada teristimewa Ayahanda **Yansen** dan ibunda **Lindawati** yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik, serta membina penulis dengan penuh kasih sayang dari sejak kecil hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Selanjutnya dengan segala Ucapan terimakasih penulis mengucapkan kepada:

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum** Rektor Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (IAIN) Bukittinggi beserta Bapak dan ibu Wakil Rektor yang

telah memberikan kesempatan untuk menyelesaiakan studi Strata 1 di IAIN Bukittinggi

2. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Ibu **Sandra Dewi, SE, MM** Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan kesempatan, bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Selaku Pembimbing I **Dr. Iiz Izmuddin, MA** yang dengan sabar telah berkenaan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan hingga akhir penulis ini.
4. Pembimbing II **Hj. Zulhelmi, SE., MM** yang telah berkenaan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, bahkan buah pikiran dengan sabar dan ikhlas sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu **Sofia Ridha, M.Ag** Dosen Penasehat Akademik yang selalu memberikan nasehat dan banyak memberikan motivasi demi kelancaran proses belajar penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
7. Seluruh Staff dan Kayawan PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam pengumpulan data terkait dengan penelitian ini.
8. Kakak Yasriko Eri Yanto dan Adek Yafina Firda Tri Nanda, yang telah memberikan semangat dan doa.

9. sahabatku tercinta yang ada di Palembang.
10. Alim Mustofa, yang selalu memberi support dari jarak jauh dan semangat yang tiada habisnya.
11. Lisa Yanti, Ruri Efriza Fenturini, dan Maya Cita Sari yang selalu ada di saat gundah, galau pada saat masa-masa kuliah.
12. Rekan-rekan S1 Perbankan Syariah angkatan 2014 atas kebersamaan, kehebohan, kekompakan, dukungan, semangat dan masukannya serta kebahagian yang takkan pernah terlupakan semasa duduk di bangku perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan penuh kekurangan, oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebanyak-banyaknya, serta semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Amin.

Bukittinggi,

Penulis

Yasrica Dwi Rahmadani

NIM: 3314015

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang"** ini ditulis oleh **Yasrica Dwi Rahmadani, 3314015**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan S1 Perbankan Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dengan menggunakan analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis inferensial, uji T, uji F, dan Koefesien determinan.

Hasil analisis data yang diolah dengan program *SPSS 20* dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X terhadap Variabel Y yaitu Y = 1,119 + 0,368X. Variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal karena nilai *Asymp* 0,721 > 0,05. Dilihat dari uji T nilai Sig < 0,05 sehingga Ho diterima H1 ditolak. Variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang tinggi atau kuat yaitu sebesar 0,721 karena koefisien korelasi yang diperoleh berada antara 0,70 – 0,90, maka hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa keunggulan produk memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Nilai R *Square* sebesar 0,520 atau 52% berarti kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dapat dijelaskan oleh variabel keunggulan produk. Sisanya 48% dijelaskan oleh sebab yang lain yang tidak dianalisis dalam penelitian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN i

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iii

PERSEMBAHAN..... iv

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi masalah 10

C. Batasan Masalah..... 10

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan Masalah..... 11

F. Manfaat Penelitian 11

G. Penjelasan Judul..... 12

H. Sistematika Penulisan 14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keunggulan Produk 16

1. Pengertian Produk 16
2. Keunggulan Produk 17
3. Kategori Produk 18
4. Tiga Level Produk 19
5. Dimensi Kualitas Produk 20
6. Tingkat Produk dan Jasa 21
7. Langkah-langkah Pengembangan Produk 23

B. Tabungan *Rofiqoh* 26

1. Pengertian Tabungan 26
2. Ketentuan Tentang Tabungan *Rofiqoh* 27

C. Kepuasan Nasabah 29

1. Definisi Kepuasan 29
2. Faktor Tentang Kepuasan 31
3. Apek yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah 32
4. Empat Metode Dalam Pengukuran Kepuasan Nasabah 33
5. Faktor-faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan 35
6. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam 37

D. Kajian Terdahulu 39

E. Kerangka Berfikir 41

F. Hipotesis 41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 42
C. Data dan Sumber Data 43
D. Populasi dan Sample 43
E. Variabel Penelitian 45
F. Teknik Pengumpulan Data 46
1. Uji Instrumen Penelitian 48
a. Uji Validitas 48
b. Uji Reliabilitas 48
2. Uji Asumsi Klasik 49
a. Uji Normalitas 49
b. Uji Autokorelasi 49
3. Analisis Regresi Linier Sederhana 50
4. Analisis Koefisien Korelasi 51
5. Analisis Koefisien Determinan (R^2) 52
6. Pengujian Hipotesis 52
a. Uji T 52

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang 54
a. Sejarah Singkat Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang 54

b. Visi dan Misi PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP 56
c. Profil PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP 57
d. Struktur Organisasi PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP 59
e. Produk dan jasa PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP..... 60
2. Karakteristik Responden 69
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 69
b. Responden Berdasarkan Umur..... 69
c. Responden Berdasarkan Pendidikan 70
d. Responden Berdasarkan Pekerjaan 71
3. Deskriptif Tanggapan Responden 72
a. Keunggulan Produk..... 72
b. Kepuasan Nasabah 76
4. Uji Instrumen Penelitian 77
a. Uji Validias 77
b. Uji Reliabilitas 79
5. Uji Asumsi Klasik..... 80
a. Uji Normalitas..... 80
b. Uji Autokorelasi 82
6. Analisis Regresi Linier Sederhana 83
7. Analisis Koefisien Korelasi..... 84
8. Analisis Koefisien Determinan (R^2) 85
9. Uji Hipotesis 86
Uji T 86

B. Pembahasan 88

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan 90
2. Saran 91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Rofiqoh di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang..... 8

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran 41

Tabel 3.1 Operasional variabel dan skala 46

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban 47

Tabel 4.1Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... 69

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Umur 70

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Umur 70

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 71

Tabel 4.5 Kinerja..... 72

Tabel 4.6 Keistimewaan Tambahan..... 73

Tabel 4.7 Keandalan..... 74

Tabel 4.8 Kesesuaian dengan Spesifikasi 74

Tabel 4.9 Daya Tahan 75

Tabel 4.10 Estetika..... 76

Tabel 4.11 Kepuasan Nasabah 76

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X) 78

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y) 79

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 80

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas 81

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi 82

Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana 83

Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi 85

Tabel 4.19 Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan 85

Tabel 4.21 Hasil Uji R^2 86

Tabel 4.22 Hasil Uji T (Parsial) 87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ide pendirian bank syariah di Indonesia sudah ada sejak tahun 1970-an. Dimana pembicaraan bank syariah muncul pada seminar hubungan Indonesia-Timur Tengah pada tahun 1974 dan 1976 dalam seminar yang diadakan oleh Lembaga studi ilmu kemasyarakatan dan yayasan Bhineka Tunggal ika. Perkembangan pemikiran tentang perlunya umat islam Indonesia memiliki perbankan islam sendiri mulai berhembus sejak saat itu, seiring munculnya kesadaran kaum intelektual dan cendikiawan muslim dalam memberdayakan ekonomi masyarakat.

Di Era Globalisasi seperti saat ini, bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan dimana bank harus mampu memberikan jasa yang aman pada nasabahnya. Bagi dunia perbankan, khususnya di Indonesia semaraknya kegiatan perbankan baru dilakukan di era tahun 1980-an. Sebelumnya, dunia perbankan di Indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank.[1] Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan ini, semakin kuat dukungan dari Pemerintah, dunia usaha maupun Perbankan Konvensional untuk memperluas jaringan Perbankan Syariah

[1] Kasmir, *Pemasaran* Bank, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hal.100

sehingga semakin berkembang. Dengan maraknya lembaga keuangan ini maka persaingan dalam lembaga keuangan semakin ketat. Harus dibutuhkan strategi khusus untuk menarik minat nasabah agar lembaga keuangan tersebut bisa terus berkembang.

Dalam lembaga syari'ah tidak terdapat sistem bunga karena prinsip operasionalnya menggunakan bagi hasil.[2] Keberadaan Bank Syari'ah dalam sistem Perbankan di Indonesia sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1992 sejalan dengan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan. Namun demikian UU tersebut belum mampu memberikan landasan yang kuat terhadap perkembangan perbankan. Karena belum secara tegas mengatur mengenai pengembangan lembaga keuangan tersebut, melainkan hanya mengenai sistem bagi hasil. Oleh karena itu pada tahun 1998 dilakukan amandemen Undang-undang tentang Perbankan Syariah No.10 tahun 1998 yang berisi tentang peningkatan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi.

[2] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 89

Tull dan Kahle dala buku strategi pemasaran mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dalam program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberi arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.[3]

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung unit usaha syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang persetujuan prinsip pembukaan kantor cabang syariah bank saudara, yang menyatakan persetujuan prinsip pembukaan kantor cabang syariah Palembang. Dimana memiliki produk yang unggul dan terbaik yang dimana tabungan *Rofiqoh*.

Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan. Setiap produk-produk tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda satu dengan yang lainnya. Diantara produk tersebut yang merupakan produk unggulan Bank Sumsel Babel Capem Syariah yaitu,

[3] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 6

Tabungan *Rofiqoh*.[4] Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakikatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Keberhasilan suatu produk baru menjadi kunci utama bagi banyak perusahaan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Nasabah selalu menilai suatu produk yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapakan atau diinginkan. Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang agar mampu bertahan dalam ketatnya persingan antar bank syariah di Palembang.

Untuk mempertahankan nasabahnya, Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang mengunggulkan produk yang terbaik dan bermutu produk perbankan tanpa terkecuali. Hal ini terkait dengan harapan

[4] https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Sumsel_Babeldiakses 18 desember 2017

masyarakat bahwa mereka berhubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam melakukan transaksinya. Dalam Al-Qur'an Surat Ali-imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mu'min (pelaku usaha) agar produk yang tertuju unggul kepada pelanggannya (nasabah).

Qs. Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.[5]

Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya, Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang memiliki standar yang sama dalam mengukur keunggulan yang baik. Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk yang dimiliki bank-

[5] Quran terjemah surat Ali-imran, (semarang:PT Karya Toha), hal. 72

bank lain sebagai pesaingnya. Keunggulan produk diciptakan Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati jasa yang diberikan Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang tersebut. Keunggulan tersebut berupa Tabungan *Rofiqoh.* Di mana setiap produk tersebut memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki bank lainnya. Seperti pada Tabungan *Rofiqoh* yang memiliki keunggulan pengoperasian dana ke sektor ril yang menguntungkan untuk kemjuan ekonomi umat dan tidak bertentangan dengan syariah.[6] Keunggulan lainnya seperti dapat memperoleh bonus yang menarik maksud dari bonus yang menarik disini sesuai ketentuan atau kebijakan bank apabila bank dalam posisi laba disitulah nasabah memperoleh bonus yang menarik, dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor bank sumsel babel syariah maupun konvensional pada jam kas dengan menunjukkan buku tabungan *rofiqoh* dan dapat memperoleh ATM yang bisa digunakan pada seluruh jaringan ATM bank sumsel babel.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya dan kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Adapun tingkat kepuasan nasabah sebagai berikut kualitas keunggulan dimana bank sumsel babel memberikan produk yang unggul dan berkualitas dimata nasabah karena

[6] https://www.banksumselbabel.com/Syariah/

kualitas dari keunggulan tersebut benar-benar dijamin dan nasabah pun tidak kecewa dengan apa yang ada dari kualitas keunggulan tersebut dimana bank sumsel babel memberikan *Performance* yang mana bank memberikan kenyamanan dalam menggunakan produk tersebut, *Feature* memberikan kelengkapan interior maksud dari kelengkapa interior disini bank menjelaskan syarat-syarat dalam menggunakan produk. Kualitas pelayanan didalam kepuasan nasabah apabila bank menawarkan produk yang unggul dengan memberikan pelayanan dalam menyampaikan produ-produk tersebut nasabah merasa puas seperti halnya bank sumsel babel syariah produk yang unggul didalam menyampaikan suatu produk pelayanan yang menarik nasabah dengan mudahnya memahami produk tersebut. Kesesuaian dengan spesifikasi dimana nasabah sewaktu-waktu nasah ingin mengambil uang simpanan di produk Tabungan *Rofiqoh* rekening tersebut selalu aktif dengan saldo minimal Rp 20.000,-

Dalam menghimpun dan menyalurkan dana dibutuhkan strategi khusus agar selalu di percaya nasabah dan selalu menjadi pilihan masyarakat dalam setiap transaksi keuangannya. Persaingan antar bank daerah dan bank milik negara sangat ketat. Hal ini dikarenakan setiap lembaga penyediaan produk dan jasa ingin mendapatkan nasabah yang banyak dan dapat mempertahankan nasabahnya.

Data yang diperoleh peneliti per 31 Desember 2014 sampai dengan per 31 des 2017 Bank Sumsel Babel Syariah Capem Syariah Muhammadiyah Palembang mengalami peningkatan jumlah nasabah yang memiliki tabungan *Rofiqoh*.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Tabungan *Rofiqoh* di Bank Sumsel Babel Syariah Capem Muhammadiyah Palembang

Periode	Jumlah Anggota		
	Terdaftar	Aktif	Pasif
Per 31 des 2014	1.069	862	207
Per 31 des 2015	1.281	1.030	251
Per 31 des 2016	1.670	1.456	214
Per 31 des 2017	1.870	1.813	57

Sumber: Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah anggota yang mempunyai rekening tabungan *rofiqoh* di Bank Sumsel Babel Syariah Capem Muhammadiyah Palembang per 31 desember 2014 sampai per 31 desember 2017 mengalami peningkatan rata-rata 10% pertahunnya. Sedangkan anggota pasif pada tahun 2015 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2014 sebanyak 207 anggota pasif dan mengalami peningkatan

ditahun 2015 anggota yang pasif sebanyak 251 anggota, tetapi pada tahun 2016 dan 2017 anggota yang pasif mengalami penurunan. Hal ini dapat dijadikan bukti bahwa Bank Sumsel Babel Syariah Capem Muhammadiyah Palembang dapat menghadapi persaingan antar lembaga keuangan di kota palembang.[7]

Mengingat Bank Sumsel Babel Syariah Capem Muhammadiyah Palembang merupakan bank daerah yang beroperasi dikawasan Sumatera Selatan dan Bangka Belitung sehingga banyak pesaing dari Lembaga Keuangan lain yang berada di kota Palembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa keunggulan produk bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan.Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin meneliti tentang keunggulan produk yang di miliki BankSumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **"Pengaruh Keunggulan Tabungan *Rofiqoh* Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang"**

[7]Data Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

B. Identifikasi Masalah

1. Terjadinya persaingan antar bank daerah dan bank milik negara.
2. Menghimpun dana dengan berbagai akad salah satunya akad wadiah yad dhamanah.
3. Perkembangan jumlah nasabah tabungan rofiqoh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.
4. Pengaruh keunggulan dari tabungan rofiqoh yang ada di bank sumsel babel capem syariah muhammadiyah palembang terhadap kepuasan nasabah terlihat dari jumlah nasabahnya yang meningkat dari tahun ketahun tetapi yang mengalami ganggu terhadap nasabah yang pasif atau jarang menggunakan produk tersebut.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada seberapa besar pengaruh keunggulan produk tabungan rofiqoh terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah adalah seberapa besarkah pengaruh keunggulan produk tabungan *rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang ?

E. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah:

Untuk mengetahui seberapa besarkah pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Secara Teoritis

   Pengertian ini secara teoritis bahwa pelayanan dan keunggulan produk sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasannasabah.Sehingga kedua variabel tersebut harus diterapkan secara bersamaan guna tercapai tujuan yaitu kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan syariah dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

   b. Bagi Bank Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

Temuan diharapkan dapat berguna bagi pihak Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasanya terhadap nasabahnya, agar dalam menjalankan perusahaannya berhasil menjadi perbankan syari'ah yang telah diimpi-impikan oleh masyarakat dan sangat diminati oleh masyarakat.

c. Pihak Lain

Sebagai bahan bacaan dan literature bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

G. Penjelasan Judul

Pengaruh : Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda dan sebagainya).[8] Pengaruh yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah daya yang timbul keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Keunggulan Produk : kekuatan barang atau jasa yang dibuat atau nilainya lebih utama daripada yang lain.[9] Keunggulan Produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah setiap tawaran barang/ jasa yang yang diberikan Bank Sumsel

[8] Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indoensia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 849

[9] Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 321

Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Tabungan Rofiqoh : Merupakan Simpanan Nasabah berbentuk Tabungan dengan prinsip al-wadi'ah yad ad dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Tabungan ini dapat membantu pengelolaan keuangan Anda lebih baik.[10]

Kepuasan : Tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil yang diharapkan tercapai.[11] Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rasa senang karena apa yang diharapkan dan apa yang diterima nasabah itu tercapai.

Nasabah : Orang yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman kepada pihak bank atau nasabah.[12] Nasabah yang dimaksud dalam peneliti ini adalah pelanggan yang berhubungan langsung dengan Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

---

[10] https://www.banksumselbabel.com/Syariah/ produk bank sumsel babel syariah

[11] Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hal. 571

[12] Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 401

H. Sistem Penulisan

Supaya Penelitian ini terlihat memiliki hubungan yang sama kuat antara keseluruhan pembahasan, maka perlu dibuat sistematika penulisan, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, dan sistem penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang keunggulan produk, tabungan Rofiqoh, kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, pengujian model, variable penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian dan hasil dari penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keunggulan Produk

a. Pengertian Produk

Salah satu tugas utama dan tanggung seseorang yang berkecimbungan di bidang manajemen pemasaran adalah memikirkan *desain* produk. Produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen, karena iu bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai "mata" perusahaan, yang harus selalu jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen.[13]

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.[14] Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.[15] Produk yang dimaksud adalah buku, tabungan, deposito, kredit dan lain-lain.

---

[13] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), hal.220
[14] M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 8
[15] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 95

Adapun pengertian produk Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.[16]

b. Keunggulan Produk

Menurut Henard dan Szimanski keunggulan produk adalah superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor.[17] Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

Cooper dan Kleinschmidt menyatakan bahwa keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan manfaat yang diberikan produk kepada pelanggan, superioritas produk, inovasi produk yang terus-menerus, kemampuan produk memenuhi pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan pelanggan, kecanggihan teknologi produk dan desain produk itu sendiri.[18]

---

[16] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hal. 13

[17] Henard, D.H. dan Szymanski, *" Journal of Marketing Research",* dalam D.M., 2001, *"Why Some New Products are more successful than others",* journal of marketing research, Vol.XXXVIII August (diakses tanggal 18 desember 2017)

[18] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 98

Cara yang dilakukan adalah:

1. Mula-mula menentukan kebutuhan, keinginan, preferensi, suka dan tidak suka dari perspektif konsumen dengan melakukan riset pemasaran.
2. Melakukan analisis atas produk yang kompetitif, yaitu dengan menganalisis kelemahan produk-produk kompetitor kemudian membuat produk yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut.
3. Melakukan test dan verifikasi atas semua asumsi mengenai desain produk yang dihasilkan dengan pembuatan prototip yang bisa dicoba berpotensi mendorong kesuksesan produk baru.[19]

c. Kategori Produk

Tujuan pengelompokan ini untuk memudahkan pemilik dan pengelolah usaha atau *costumer* dalam mencari produk yang diinginkan saat di-*display*.

Pengelompokan tersebut diklarifikasikan sebagai berikut:

1. Produk *Personal care*

   Produk yang berkaitan dengan atribut personal, seperti deodoran, sabun mandi dan pasti gigi.

[19] Philip Kotler dan Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta: PT Prenhallindo, 2007), hal. 389

2. Produk *Home Care*

   Produk yang berkaitan dengan atribut rumah seperti detergen atau pewangi lantai dan sejenisnya.

3. Produk *Household*

   Produk yang berkaitan dengan alat-alat rumah tangga, khususnya dapur dan kamar mandi, mulai dari peralatan memasak sampai dengan alat kebersihan kamar mandi.[20]

d. Tiga Level Produk

1. Inti produk (*Core Product/ Generie Product*), yaitu manfaat atau jasa inti yang diberikan produk tersebut. Misalnya: melalui televisi dapat diketahui berbagai informasi dan hiburan.
2. Wujud produk (*Tangible Product/ Formal Product*), yaitu karakteristik yang dimiliki produk tersebut, berupa mutunya, corak atau ciri-ciri khasnya, mereknya dan kemasannya.
3. Produk tambahan yang disempurnakan (*Augmented/ Extend Product*), menggambarkan kelengkapan atau penyempurnaan dari produk inti. Misalnya pelayanan pemasangan antena TV.[21]

[20] Arif Rahman, *Strategi Dasyat Marketing Mix For Small Business,* (Jakarta: TransMedia, 2010), hal. 15

[21] Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 68

e. Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk

Menurut Tjiptono Dimensi kualitas produk meliputi:

a. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli. Misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi.
b. Keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti, AC, sound system dan poower stering.
c. Keandalan *(reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya mobil tidak sering macet.
d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti as roda untuk truck tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.
e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

f. Estetika (*asthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik.[22]

f. Tingkatan Produk dan Jasa

Lima tingkatan atau lingkaran produk adalah:

1. Manfaat Inti

Manfaat inti sesungguhnya yang dibeli dan diperoleh oleh konsumen. Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat dan inilah merupakan paling fundamental dari suatu produk. Seorang pemasar harus mampu melihat dirinya sebagai seseorang yang menyediakan manfaat kepada konsumen. Sehingga konsumen pun pada akhirnya akan membeli produk tersebut karena manfaat inti yang ada didalamya. Maksud dari manfaat ini di Perbankan Syariah yaitu CS harus menyesuaikan kebutuhan nasabahnya.

2. Manfaat Dasar Tambahan

Tingkatan selanjutnya seorang pemasar harus mampu merubah manfaat inti menjadi manfaat atau produk dasar. Pada inti produk tersebut terdapat manfaat bentuk dasar produk atau mampu memenuhi fungsi dasar produk kebutuhan konsumen adalah fungsional. Manfaat dasar tambahan dalam konteks perbankan

[22] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Andy, 1997), hal. 25

syariah misalnya tabungan, karena seandainya kita menabung di rumah belum tentu uang tersebut bisa kumpul dan tidak aman.

3. Harapan Produk

Artinya serangkaian kondisi yang diharapkan dan disenangi, dimiliki atribut produk tersebut. Kebutuhan konsumen adalah kelayakan. Harapan produk dalam konteks perbankan syariah yaitu seorang CS harus bisa memberikan kepuasan terhadap nasabahnya dan bisa mendapatkan apa yang dikehendaki sesuai kebutuhannya.

4. Kelebihan yang dimiliki

Artinya salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Kebutuhan konsumen adalah kepuasan. Kelebihan yang dimiliki oleh perbankan syariah yaitu ATM bisa diambil dimana saja dan memiliki logo VISA, jadi bisa dinikmati meskipun berada di luar negeri.

5. Potensi Masa Depan Produk

Artinya bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan tekhnologi serta selera konsumen. Kebutuhan konsumen adalah masa depan produk. Potensi masa depan yang dimiliki perbankan syariah ini

yaitu produk produknya selalu mengikuti yang sedang berlaku (selalu update).[23]

g. Langkah-langkah Pengembangan Produk

Produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Jadi, setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keingina tersebut. Cara yang dilakukan itu memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut melalui pengembangan produk baru. Dalam rangka mengembangkan produk baru diperlukan langkah-langkah tertentu, sehingga hasil pengembangan tersebut benar-benar tepat sasaran. Adapun langkah-langkah atau proses pengembangan produk baru adalah sebagai berikut:

1. Pembangkit gagasan

   Pembangkit gagasan yaitu pencarian gagasan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti sumber dari intern, pelanggan, pesaing, penyalur, pemerintah. Dalam konteks perbankan syariah misalnya survey pelanggan, survey pesaing, biasanya dilakukan oleh marketing.

[23] Al Arief Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 143

2. Penyaringan gagasan

Penyaringan gagasan bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang terbaik dari sejumlah gagasan yang ada sehingga menghasilkan gagasan yang menguntungkan. Dalam konteks perbankan syariah penyaring gagasan misalnya menganalisa produk yang lama masih layak atau tidaknya setelah diadakan survey, seandainya tidak layak maka diganti produk yang baru.

3. Pengembangan dan pengujian konsep

Hal ini penting dilakukan terhadap hasil penyaringan gagasan. Pengujian konsep perlu dilakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang ditawarkan. Dalam konteks perbankan syariah produk yang dikeluarkan tersebut dieksperimenkan melalui pertanyaan biasanya melelui angket, dari pertanyaan tersebut dapat dilihat bagaimana respon nasabah terhadap produk yang akan dikeluarkan tersebut.

4. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran meliputi pengembangan mutu ukuran, model, penjual, market share dan laba yang diinginkan, kemudian strategi pemasaran menyangkut pula tentang harga yang layak di masyarakat. Dari uraian tersebut strategi pemasaran perbankan

dapat diketahui apabila produk yang dikeluarkan itu layak, maka langkah selanjutnya adalah membuat strategi pemasaran.

5. Analisis bisnis

Yaitu melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang akan dijalankan nantinya dengan membeli berbagai alternatif yang ada. Dalam konteks perbankan syariah Bank Muamalat melakukan analisis terhadap strategi pemasaran apakah penggunaan strategi pemasaran dapat menghasilkan penjualan yang sebesar-besarnya atau tidak, biasanya berkaitan dengan pengeluaran untuk biaya promosi.

6. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan kelanjutan dari proses yang sudah dilalui. Pengembangan produk dapat berupa gambar. Dalam dunia perbankan hal ini biasanya dilakukan dengan cara penyebaran brosur atau melalui berbagai macam media.

7. Pengujian pasar

Dalam hal ini produk sudah dipasarkan untuk mengetahui respon pasar dan antisipasi terhadap permasalahan yang mungkin timbul. Tujuan pengujian pasar untuk menguji penerimaan pasar yang sesungguhnya. Pengujian pasar ini hampir sama dengan pengembangan konsep, bank menganalisa produk yang dipasarkan

dan setelah dipasarkan maka dapat diketahui seberapa besar respon masyarakat terhadap produk tersebut.

8. Komersialisasi

Komersialisasi merupakan tahap akhir setelah pengujian positif mendapat tanggapan pasar. Dalam tahap terakhir ini apabila produk tersebut mendapat respon positif maka produk tersebut akan dikembangkan.[24]

2. Tabungan *Rofiqoh*

a. Pengertian Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[25]

Merupakan Simpanan Nasabah berbentuk Tabungan dengan prinsip al-wadi'ah yad ad dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Tabungan ini dapat membantu pengelolaan keuangan Anda lebih baik.

Al-Wadiah adalah titipan murni yang dilakukan nasabah sebagai Penitip (*Muwaddi*') kepada Bank sebagai pihak yang menerima titipan

[24] Adiwarman A Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 99

[25] DRS. Ismail, MBA., Ak, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 67

dana (*Mustawda*'), dimana Bank harus menjaga keutuhan dana tersebut tanpa berkewajiban memberikan imbalan/bagi hasil kepada Nasabah.

Wadiah Yad ad Dhamanah adalah titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh Bank dan bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut sebesar pokok yang dititipkan.

Keuntungan/ kerugian atas pemanfaatan dana tersebut sepenuhnya menjadi hak dan tanggung jawab dari bank, sedangkan pemilik dana (*shahibul maal*) tidak memperoleh imbalan dan tidak bertanggung jawab jika terjadi kerugian. Namun kepada pemilik dana dapat diberikan bonus yang tidak diperjanjikan di depan melainkan tergantung dari kebijakan bank yang dikaitkan dengan pendapatan Bank.

b. Ketentuan Tabungan

Persyaratan dan ketentuan Mudah :

Perorangan :

1. Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.
2. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
3. Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
4. Setoran pertama minimal Rp 50.000,-

Perusahaan (Badan Usaha / Badan Hukum)

a. Menyerahkan foto copy Akta pendirian/ Anggaran Dasar dan pengesahan sebagai Badan Hukum atau Perusahaan dan Akta Perubahan (jika ada) dengan memperlihatkan aslinya.
b. Menyerahkan foto copy NPWP dan izin-izin usaha yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.
c. Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dari pengurus yang mewakili Badan/Perusahaan dengan memperlihatkan aslinya.
d. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
e. Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
f. Setoran pertama minimal Rp 50.000,- [26]

Keunggulan:

1. Uang Anda aman *Duniawi* dan *Ukhrowi* karena dikelola secara syariah, Insya Allah barokah.
2. Dapat memperoleh bonus yang menarik.
3. Dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Syariah maupun Konvensional) pada jam kas dengan menunjukan buku tabungan *Rofiqoh*.

[26] https://www.banksumselbabel.com/Syariah/Produk?ID=5

4. Dapat memperoleh Kartu ATM Bank Sumsel Babel Syariah yang bisa digunakan pada seluruh jaringan ATM Bank Sumsel Babel.
5. Anda bisa melakukan transaksi penarikan tunai dan info saldo pada jaringan ATM BCA/Prima diseluruh Indonesia.
6. Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan untuk kemajuan ekonomi umat dan tidak bertentangan dengan syariah.[27]

3. Kepuasan Nasabah

a. Definisi Kepuasan

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.[28]

Dari defenisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawa harapan, nasabah tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka nasabah akan merasa puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para nasabah yang kepuasaannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya, kepuasan tinggi atau

[27] https://www.banksumselbabel.com/Syariah/Produk?ID=5 diakses pada 19 mei 2018
[28] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009), hal. 177

kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan nasabah yang tinggi.

Tujuan utama suatu bank adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kualitas maupun kuantitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah secara signifikan dan waktu kewaktu dan secara kualitas artinya nasabah yang diperoleh adalah nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Untuk mencapai tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah dengan memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi suatu bank, sehingga tidak heran jika ada slogan " Nasabah adalah raja yang perlu dilayani sebaik-baiknya pemberian perhatian dan pelayanan yang maksimal akan membuat nasabah merasa puas".

Dalam praktiknya apabila nasabah merasa puas dengan perhatian yang diberikan suatu bank maka ada keuntungan yang diterima bank, yaitu:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu dan pelayanan, aspek mutu ini dapat diukur, pengukuran aspek mutu ini bermanfaat atau berguna bagi suatu perusahaan yaitu:

a. Untuk mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis
b. Untuk mengetahui dimana harus melakukan perusahaan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan
c. Untuk menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan.[29]

b. Faktor Tentang Kepuasan

Ada beberapa faktor tentang kepuasan yaitu:

a. Kualitas Pelayanan atau jasa, yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
b. Kualitas produk, yaitu nasabah akan merasa puas apabila hari mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

[29] J. Supranto, M. A, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), hal. 3

c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.

d. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.

e. Faktor pribadi dari nasabah, yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.[30]

c. Aspek yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

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

1. *Warranty Cost*

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

2. Penangganan Komplain dari Pelanggan

   Perusahaan sering kali terlambat dalam menyadari atau menangani komplain dari pelanggan. Komplain dari pelanggan haus segera diatasi untuk mencegah *customer defections*.

[30] J. Supranto, M. A, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, hal. 3

3. *Market Share*

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

4. *Cost of Poor Quality*

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

5. *Industry Reports*

   Laporan perusahaan yang paling adil, paling akurat dan sangat diharapkan. Melalui laporan ini, akan terlihat hasil kinerja dalam kurun waktu tertentu sehingga dapat menjadi evaluasi untuk dapat memuaskan pelanggan.[31]

d. Empat Metode Dalam Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada 4 metode dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*)

   Organisasi yang berpusat pada pelanggan atau nasabah, memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan atau nasabah untuk menyampaikan keluhan dan sarannya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan formulir kepada pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan. Alur informasi ini

[31] Veithzal Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hal. 175

memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Pembeli Bayangan (*ghost shopping*)

   Ini merupakan salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan atau nasabah. Cara yang dilakukan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk bersikap sebagai pembeli atau nasabah potensial terhadap perusahaan dan pesaing.

3. Analisis kehilangan pelanggan (*lost customer analysis*)

   Perusahaan sebaiknya menghubungi pelanggan atau nasabah yang telah berhenti menggunakan suau layanan jasa, agar dapat memahami apa yang terjadi.

4. Survei Kepuasaan Lapangan

   Dengan survey perusahaan seperti ini maka kita akan mendapatkan *feed back* secara langsung dari pelanggan atau nasabah, dan juga memberi tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelanggan atau nasabahnya.[32]

[32] Veithzal Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management*, hal. 176

e. Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah menurut irawan terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu:

a. Kualitas produk

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen Kualitas produk, yaitu *performance, reliability, design, durability, feature dan consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep *SerQual* meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

c. Faktor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup.

Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d. Harga

untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value og money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

e. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya unluk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah merupakan suatu tujuan dalam dunia perbankan. Bank Sumsel Babel Capem Syariah melihat kepuasan nasabah itu dengan cara memberikan pelayanan dan produk disesuaikan dengan kebutuhan, serta memberikan kemudahan untuk memperoleh jasanya.[33]

[33] Handi Irawan, *prinsip kepuasan pelanggan,* (jakarta: PT Elek Media Komposindo, 2002), hal. 2

f. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya.[34]

bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaan yang berkaitan dengan:

1. Sifat Jujur

Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan

[34] Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 15

melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan.[35] Sebagaimana disebutkan allah dalam firman nya berikut:

Qs. Al-Taubah: 119

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَكُونُواْ مَعَ ٱلصَّٰدِقِينَ ١١٩

Artinya

Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.[36]

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap kualitas produk tersebut, konsumen akan menggunakan produk berulang-ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan menggunakan ulang produk tersebut dan akan memberikan rekasi negatif serta menginformasikan reaksi negatif tersebut kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.[37]

2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak

[35] Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 98
[36] Quran terjemah surat Al-Taubah, (semarang:PT Karya Toha, 2003), hal. 164
[37] Nana Herdiana, *Manajemen Syariah dan Kewiraushaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 242

mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya.Dalam berdagang dikenal istilah ”menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.[38] Allah SWT berfirman:

وَٱلَّذِينَ هُمۡ لِأَمَٰنَٰتِهِمۡ وَعَهۡدِهِمۡ رَٰعُونَ ٨

Artinya

dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.[39]

I. Kajian Terdahulu

Beberapa studi terdahulu yang terkait dengan penelitian penulis diantaranya:

1. Reni Resma 3110.022, penelitian ini berjudul “Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap PreferensiMemilih Tabungan iB Siaga *Wadi’ah* (Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi).”Pada penelitian yang

[38] Veithzal Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management*, hal. 174
[39] Quran terjemah surat Al- Mu’minun, (semarang:PT Karya Toha, 2003), hal. 466

dilakukan oleh Reni Resma ini memfokuskan kajiannya pada Preferensi memilih Tabungan Ib Siaga *Wadi'ah*.[40]

2. Utari Joni Rusadi 3113.146, penelitian ini berjudul "Analisis Keunggulan Produk Deposito iB Pada PT BPR Syariah Al-Makmur."Pada penelitian yang dilakukan oleh Utari Joni Rusadi ini memfokuskan kajiannya pada Deposito iB.[41]
3. Willy Pama Gani 3113.037, penelitian ini berjudul "Strategi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT AL-IHSAN NAGARI TABEK PANJANG KEC BASO."Pada penelitian yang dilakukan oleh Willy Pama Gani memfokuskan kajiannya pada strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.[42]

Berdasarkan uraian di atas terlihat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan peneliti sebelumnya. Dimana yang dibahas penulis pada saat ini yaitu tentang pengaruh keunggulan produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

---

[40] Reni Resma, "Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap PreferensiMemilih Tabungan iB Siaga *Wadi'ah* (Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi).", Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi, D3 Perbankan Syariah, FEBI (2010)

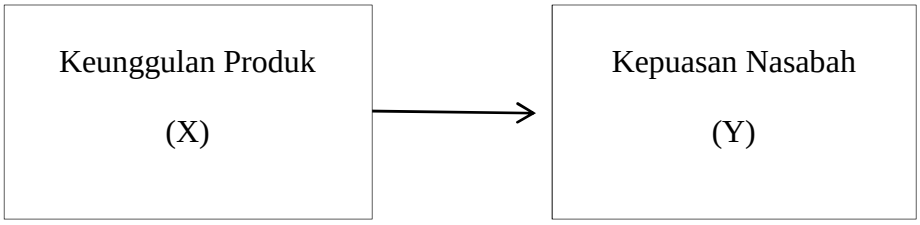
[41] Utari Joni Rusadi, "Analisis Keunggulan Produk Deposito iB Pada PT BPR Syariah Al-Makmur.", Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi, D3 Perbankan Syariah, FEBI (2013)

[42] Willy Pama Gani, ""Strategi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT AL-IHSAN NAGARI TABEK PANJANG KEC BASO.", Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi, D3 Perbankan Syariah, FEBI (2013)

J. Kerangka Pemikiran

Untuk melihat pengaruh keunggulan produk tabungan *rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, dapat dilihat gambar berikut

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



K. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya. Berdasarkan teori dan permasalah yang ada dalam penelitian hipotesis yang diajukan penulis adalah:

H1: Pengaruh keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*), artinya data dicari dan dikumpulkan di lapangan, hasil penelitian ini dapat membangun teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, menganalisa dan mengontrol suatu gejala.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian *korelasional*, yaitu mengindentifikasikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dalam hal ini adalah pengaruh keunggulan produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah.

Dalam hal ini, peneliti bermaksud ingin mengetahui pengaruh keunggulan produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang. Adapun yang menjadi alasan penelitian mengambil lokasi penelitian di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang ini yaitu karena peneliti melaksanakan magang di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dan disinilah peneliti menemukan masalah yang sesuai dengan yang ingin diteliti,

yaitu masalah pengaruh keunggulan tabungan *rofiqoh* terhadap kepuasan nasabah. Waktu penelitian dilakukan pada bulan juni sampai juli

C. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung kepada sumber tanpa perantara dengan melakukan pertanyaan pada responden terpilih melalui kuesioner dan wawancara. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dan pemberian kuesioner kepada nasabah di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

2. Data Sekunder

Data ini penulis peroleh dari telah berbagi buku referensi di pustaka yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Data yang diperoleh secara tidak langsung, hanya didapat dari literatur buku pustaka, sumber data sekunder diperoleh terutama dari perpustakaan IAIN Bukittinggi dan PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, baik berupa bahan bacaan maupun data angka yang memungkinkan serta relevan dengan penelitian dan dari situs internet.

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[43] Semua individu yang menjadi sumber pengambilan data yang memiliki syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah sebuah bagian kecil yang diambil dari sebuah populasi yang dapat mewakili populasi tersebut secara menyeluruh.

Populasi dari penelitian ini adalah Nasabah Produk Tabungan Rofiqoh PT. Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungki mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.[44] Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Umar (2005:108) adalah sebagai berikut:

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

[43] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 117

[44] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&...* hal. 118

Dimana:

n: Ukuran Sampel

N: Populasi

e: Perkiraan tingkat kesalahan/ Nilai Kritis

pada penelitian ini besarnya e = 10%, maka perhitungan besarnya sampel adalah:

Penentuan Jumlah Sampel

$$n = \frac{5400}{(1 + 5400x(0,1)^2} = \frac{5400}{1 + 54} = \frac{5400}{55} = 98,18 = 98$$

E. Variabel Penelitian

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Dala penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel *independent* (variabel bebas) dan variabel *dependent* (variabel terikat).

Variabel *independent* (X) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi yang sebab perubahannya atau timbulnya vriabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini variabel *independent* yaitu keunggulan produk (X1).

Variabel *dependent* (Y) yaitu variabel yang dipegaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel *dependentnya* adalah kepuasan nasabah (Y).

Berikut akan dijabarkan variabel bebas dan variabel terikat melalui operasional variabel penelitian yang terlihat pada tabel 3.1 yaitu sebagai berikut

Tabel 3.1

Operasional Variabel dan Skala

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Keunggulan Produk (X)	superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor (Hernard dan Szimanski: 2001)	1. Kinerja 2. Keistimewaan tambahan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Estetika	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala *likerd*
Kepuasan Nasabah (Y)	Hal yang diputuskan konsumen untuk memuaskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa		

F. Teknik Pengumpulan data

Dalam mendapatkan data yang akurat untuk mengungkapkan permasalahan diatas maka peneliti menggunakan instrument diantaranya:

1. Kuesioner

   Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftra kepada *responden*, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.[45] Dalam hal

[45] Nur Irdianto, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 59

memberikan kuesioner penulis lakukan terhadap nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Kuesioner inilah yang digunakan peneliti sebagai instrumen penelitian dan untuk memperoleh data. Kuesioner diberikan kepada nasabah yang dimana pernyataan yang bersifat tertutup yaitu pernyataan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Dan pengukurannya menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menujukkan tingkat kebenaran dan kesahihan suatu alat ukur.[46] Alat ukur dikatakan valid jika alat yang digunakan sesuai dengan kegunaanya. Prinsip validitas adalah pengukuran dan pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrument dalam mengumpulkan data. Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya instrument pada kuesioner.[47] Jika r table $< r$ hitung maka indikator dinyatakan valid dan sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.[48] Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Untuk menguji realibilitas digunakan teknik *cronbach alpa* $> 0{,}60$.

---

[46] Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 231

[47] Ety Rochaety dkk, *Metode Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*,(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hal. 57

[48] Jonathan sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Yogyakarta: graha ilmu, 2006), hal. 100

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

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

2. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi merupakan pengujian dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkolerasi dengan dirinya sendiri. Maksud kolerasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai dari variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya.

Dalam pengambil keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Angka D-W dibawah -2 berarti autokolerasi positif
b. Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokolerasi
c. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokolerasi negatif

I. Analisis Data

Analisis data adalah penafsiran penelitian terhadap data yang di peroleh baik dari sumber data primer maupun sumber data sekunder. Adapun metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier sederhana

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah, analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independen*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependen*).

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independen*) dan variabel tak bebas (*dependen*). Tujuan penerapan iniadalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependen*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independen*).[49]

Dalam persamaan regersi linier sederhana menggunakan rumus sebagai berikut:

[49] Syofian siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*: *Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 284

$Y = a + bX$

Keterangan:

Y= Kepuasan Nasabah

a= Nilai Konstanta

b= Nilai koefisien regresi

2. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel *independent* (X) dan variabel *dependen* (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat dan tidak kuat, apakah hubungan positif atau negatif. Digunakan rumus koefisien korelasi (r) sebagai berikut:

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

$X_=$ Keunggulan Produk

Y = kepuasan nasabah

Nilai korelasi (r) berkisaran antara -1 sampai 1 dengan kriteria sebagai berikut:

a. 0,800 – 1,000 = sangat kuat

b. 0,600 – 0,799 = kuat

c. 0,400 – 0,599 = cukup kuat

d. 0,200 – 0,399 = rendah

e. 0,000 – 0,199 = sangat rendah

3. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.[50]

Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai R^2 = 1 menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai R^2 = 0 menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 maupun X_2.

J. Uji Hipotesis

1. Uji T_{test} (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1,X_2,X_3... X_n) secara parsial berpengaruh

[50] Suharyanto dan Purwanto SK, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 514

signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji T dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.[51] Apabila t hitung lebih besar dari t tabel serta tingkat signifikannya (*p-value*) lebih kecil dari 5% (α : 5% = 0,05), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara varibel independen secara parsial. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t\ hitung = \frac{bi - (Bi)}{Sbi}$$

Keterangan:

bi = Koefisien regresi parsial sample

Bi = Koefisien regresi parsial populasi

Sbi = Standar error koefisien regresi sample

Pengujian parsial terhadap koefisien regresi secara parsial menggunakan uji t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisi (α) 5% dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-k-1, dimana n adalah besarnya sample, k adalah jumlah variabel.

Keputusan:

Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$: Ho diterima dan Ha ditolak

Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$: Ho ditolak dan Ha diterima

[51] Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom,2010), hal. 61

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

a. Sejarah Singkat Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Unit Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan: Surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang Persetujuan Prinsip Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Saudara, yang menyatakan hal-hal sebagai berikut[52]

1. Persetujuan prinsip pembukaan Kantor Cabang Syariah Palembang
2. Pengangkatan :
    a. Anggota Dewan Pengawas Syariah atas nama Sdr. Drs. H. Abd Muhaimin, LC, Sdr. Dr. H. Cholildi Zinuddin MA dan Sdr. Drs. H. Romli SA, M.Ag
    b. Pemimpin Unit Usaha Syariah atas nama Sdr. Oktiandi;
    c. Pemimpin Cabang Syariah Palembang atas nama Sdr. H. Saekan Noer, SH, MM.

[52] Data-data yang akses melalui situs website: https://www.banksumselbabel.com/syariah, tanggal 20 juni 2018, jam 13.30 WIB

Sekilas Perubahan Nama Bank Sumsel Babel

Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 3 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azazi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka Bank Sumsel berubah menjadi Bank Sumsel Babel dan penyebutan Bank Sumsel Syariah menjadi Bank Sumsel Babel Syariah.[53]

Pada tanggal 10 Desember 2014 sesuai dengan updating Buku Pedoman Organisasi Kantor Pusat dengan Nomor Instruksi : 452/DIR/INS/2014 tanggal 10 Desember 2014 indeks 3.017 Bab Pendahuluan Hal. Vii menyatakan bahwa terdapat pengembangan struktur organisasi Bank Sumsel Babel, semula Satuan yang disebut Unit Usaha Syariah berubah menjadi Divisi Usaha Syariah yang merupakan kesunguhan komitmen Direksi untuk mengembangkan operasional bisnis berbasis syariah agar dapat tumbuh dan berkembang secara terencana, fokus dan sesuai roadmap pengembangan bisnis syariah yang disarankan oleh pemegang saham dan regulator yang diharapkan dalam memberikan kontribusi optimal bagi pertumbuhan dan perkembangan pembangunan perekonomian daerah dan nasional dengan pencapaian (achievement)

[53] Data-data yang akses melalui situs website: https://www.banksumselbabel.com/syariah, tanggal 20 juni 2018, jam 13.30 WIB

optimalisasi yang akan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah.

Sejalan dengan pengembangan organisasi tersebut dan berdasarkan surat penegasan OJK No.S-233/KO.5311/2014 tanggal 31 Desember 2014 tentang Rencana Pemindahan Alamat Kantor Induk UUS, dilakukan pemindahan alamat Kantor Induk UUS yang semula beralamatkan Jl. Letkol Iskandar No.537 Palembang 30129 menjadi Jl. Gubernur H. Ahmad Bastari No.7 Jakabaring Palembang.

b. Visi dan Misi PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP

VISI

"Menjadi Bank Terkemuka dan Terpercaya dengan Kinerja Unggul"

MISI

1. Membantu mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.
2. Menumbuh kembangkan *Retail Banking*, *Corporate Banking*, dan *International Banking*.
3. Mengembangkan *Human Capital* yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik. [54]

[54] Data-data yang akses melalui situs website: https://www.banksumselbabel.com/syariah, tanggal 20 juni 2018, jam 13.30 WIB

c. Profil PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung didirikan pada tanggal 6 November 1957 (umur 59) dengan nama PT Bank Pembangunan Sumatera Selatan yang didirikan berdasarkan:

1. Keputusan Panglima Ketua Penguasa Perang Daerah Sriwijaya Tingkat I Sumatera Selatan Nomor 132/SPP/58 tanggal 10 April 1958 dengan berlaku surut, mulai tanggal 6 Nopember 1957.
2. Akta Notaris Tan Thong Khe Nomor 54 tanggal 29 September 1958 dengan izin Menteri Kehakiman No. J.A.5/44/16 tanggal 11 Mei 1959.
3. Izin Usaha Bank dari Menteri Keuangan Nomor 47692/UM II tanggal 18 April 1959.[55]

Selanjutnya dengan diberlakukannya Undang-Undang RI Nomor 13 Tahun 1962 tentang *"Bank Pembangunan Daerah"*, maka terhitung sejak tahun 1962, secara resmi seluruh kegiatan PT. Bank Pembangunan Sumatera Selatan menjadi milik Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Selatan dengan status badan hukum perusahaan Daerah berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11/DPRDGR Tingkat I Sumatera Selatan, dengan izin usaha yang dikeluarkan oleh Menteri Urusan Bank

[55] Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

Central/Gubernur Bank Indonesia Nomor 2/Kep/MUBS/G/63 Tanggal 27 Februari 1963.

Setelah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir sejak diberlakukannya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang *"Perbankan"* dan sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Selatan Nomor 6 tahun 2000 tanggal 19 Mei 2000, Bank Sumsel mengubah bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perusahaan Persero Terbatas dengan Akta Pendirian Nomor 20 tanggal 25 November 2000 dan persetujuan Deputi Gubernur Bank Indonesia Nomor 3/2/KEP.DpG/2001 tanggal 24 September 2001.

Perubahan badan hukum tersebut terhitung tanggal 1 Oktober 2001, dengan berbagai perubahan yang mendasar dan menyeluruh tersebut agar Bank Sumsel lebih profesional dan mampu bersaing pada era otonomi daerah.

Sekilas Perubahan Nama Bank Sumsel Babel

Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 03 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia Nomor: AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009

tanggal 20 November 2009,[56] maka *"Bank Sumsel"* berubah nama menjadi Bank Sumsel Babel.

Unit Usaha Syariah

Bank Sumsel Babel juga memiliki **Unit Usaha Syariah**, yang melayani produk perbankan syariah termasuk tabungan haji.

d. Struktur Organisasi PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP

BAGAN KEPEGAWAIAN
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH MUHAMMADIYAH PALEMBANG[57]



[56] Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

[57] Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

e. Produk-produk dan jasa PT. Bank Sumsel Babel Capem SMP

Dana Pihak Ketiga

1. Giro Rofiqoh

Giro Rofiqoh merupakan simpanan nasabah berbentuk giro dengan prinsip titipan sesuai syariah dan penuh keberkahan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro.

Dengan prinsip ini, giro Anda diperlakukan sebagai titipan yang kami jaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi anda. [58]

Giro ini bisa dimiliki oleh nasabah :

a. Perorangan dengan setoran awal Rp500.000,-
b. Perusahaan (Badan Usaha/ Badan Hukum) dengan setoran awal Rp1.000.000,-

Keunggulan Giro Rofiqoh Bank Sumsel Babel Syariah antara lain :

1. Dapat memperoleh bonus yang menarik
2. Dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Konvensional dan Syariah) pada jam kas

[58]Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah https://www.banksumselbabel.com/syariah/Produk?ID=1, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

3. Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan untuk kemajuan ekonomi umat dengan tidak bertentangan dengan syariah.[59]

2. Deposito Kaffah

Deposito Kaffah merupakan simpanan nasabah berbentuk Deposito atas nama perorangan/pribadi, perusahaan, dan yayasan berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, diperuntukkan bagi Anda yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana Anda akan dimanfaatkan dan diiventasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan berbagai jenis usaha secara professional tanpa melupakan prinsip Syariah.

Syarat pembukaan Deposito :

a. Setoran pertama per bilyet minimal Rp.1 jt
b. Biaya materai Rp.6 rb dimana ada baiknya anda memiliki Rekening tabungan untuk penampungan bagi hasil Deposito.

Keunggulan dari Deposito yang kami tawarkan antara lain :

1. Pencairan Deposito dapat dlakukan diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (baik Konvensional maupun Syariah).

[59]Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah https://www.banksumselbabel.com/syariah/Produk?ID=1, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

2. Lebih fleksibel, karena jika diperlukan pencairan dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo.
3. Bagi hasil yang anda terima dapat dipotong zakat sehingga pendapatan bagi hasil tersebut benar-benar bersih dan berkah.

3. Deposito Rofiqoh

Deposito Rofiqoh merupakan produk simpanan nasabah berbentuk Deposito atas nama perorangan/pribadi berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai syariah dengan penuh keberkahan.

Diperuntukkan bagi Anda yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana Anda akan dimanfaatkan dan diiventasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan berbagai jenis usaha secara professional tanpa melupakan prinsip syariah.

Syarat pembukaan Deposito Rofiqoh :

a. Setoran pertama per bilyet minimal Rp.5 jt dan maksimal Rp. 250 jt
b. Biaya materai Rp. 6 rb dimana ada baiknya Anda memiliki Rekening Tabungan untuk penampungan bagi hasil Deposito

Keunggulan dari Deposito yang kami tawarkan antara lain :

1. Memperoleh bagi hasil dengan besaran (nisbah) yang transparan[60]
2. Pembukaan rekening dapat dilakukan diseluruh jaringan kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional)
3. Lebih fleksibel, karena jika diperlukan pencairan dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo dan bagi hasil yang Anda terima
4. dapat dipotong zakat sehingga pendapatan bagi hasil tersebut benar-benar bersih dan berkah

4. Tabungan Tasbih

Niat ibadah haji anda akan lebih terencana dengan sarana pendayaan terpercaya dari Bank Sumsel Babel Syariah. Tabungan Tasbih merupakan simpanan berupa tabungan yang diperuntukan bagi jemaah calon haji secara perorangan yang akan dikelola berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah dan al-wadiah.

Persayaratan :

1. Saldo pertama minimal Rp. 500 rb

Keunggulan dari tabungan tasbih antara lain:

a. Dapat dilakukan diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional)

[60]Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah https://www.banksumselbabel.com/syariah/Produk?ID=1, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

b. Online dengan SISKOHAT, ditanggung Asuransi,
c. Khusus Tabungan Tasbih Wadiah bebas biaya administrasi, dan bisa mendapatkan dana talangan

5. Tabungan *Rofiqoh*

Merupakan Simpanan Nasabah berbentuk Tabungan dengan prinsip *al-wadi'ah yad ad dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Tabungan ini dapat membantu pengelolaan keuangan Anda lebih baik.

Al-Wadiah adalah titipan murni yang dilakukan nasabah sebagai Penitip (*Muwaddi'*) kepada Bank sebagai pihak yang menerima titipan dana (*Mustawda*'), dimana Bank harus menjaga keutuhan dana tersebut tanpa berkewajiban memberikan imbalan/bagi hasil kepada Nasabah.

Wadiah Yad ad Dhamanah adalah titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh Bank dan bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut sebesar pokok yang dititipkan.[61]

Keuntungan/ kerugian atas pemanfaatan dana tersebut sepenuhnya menjadi hak dan tanggung jawab dari bank, sedangkan

[61]Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah https://www.banksumselbabel.com/syariah/Produk?ID=1, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

pemilik dana (*shahibul maal*) tidak memperoleh imbalan dan tidak bertanggung jawab jika terjadi kerugian. Namun kepada pemilik dana dapat diberikan bonus yang tidak diperjanjikan di depan melainkan tergantung dari kebijakan bank yang dikaitkan dengan pendapatan Bank.

Persyaratan dan ketentuan Mudah

Perorangan :

1. Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.
2. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
3. Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
4. Setoran pertama minimal Rp 50.000,- [62]

Perusahaan (Badan Usaha / Badan Hukum)

a. Menyerahkan foto copy Akta pendirian/ Anggaran Dasar dan pengesahan sebagai Badan Hukum atau Perusahaan dan Akta Perubahan (jika ada) dengan memperlihatkan aslinya.
b. Menyerahkan foto copy NPWP dan izin-izin usaha yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.

[62]Dokumentasi PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah https://www.banksumselbabel.com/syariah/Produk?ID=1, tanggal 20 Juni 2018, jam 13.30 WIB

c. Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dari pengurus yang mewakili Badan/Perusahaan dengan memperlihatkan aslinya.
d. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
e. Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
f. Setoran pertama minimal Rp 50.000,-

Keunggulan:

1. Uang Anda aman *Duniawi* dan *Ukhrowi* karena dikelola secara syariah, Insya Allah barokah.
2. Dapat memperoleh bonus yang menarik.
3. Dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Syariah maupun Konvensional) pada jam kas dengan menunjukan buku tabungan Rofiqoh.
4. Dapat memperoleh Kartu ATM Bank Sumsel Babel Syariah yang bisa digunakan pada seluruh jaringan ATM Bank Sumsel Babel.
5. Anda bisa melakukan transaksi penarikan tunai dan info saldo pada jaringan ATM BCA/Prima diseluruh Indonesia.
6. Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan untuk kemajuan ekonomi umat dan tidak bertentangan dengan syariah.

6. Tabungan *Kaffah*

Tabungan *Kaffah* merupakan simpanan dengan prinsip Mudharabah Mutloqoh dan diperuntukan bagi perorangan, dengan menghadirkan berbagai keunggulan dan kemudahan dalam bertransaksi, seperti:

1. Syarat pembukaan mudah:
    a. Cukup melampirkan fotocopy identitas diri
    b. Setoran awal Rp. 300.000,-
2. Bagi hasil kompetitif dan dapat dipotong zakat secaraq otomatis
3. Biaya adm bulanan Rp.6000,-
4. Dapat ditarik dan disetor diseluruh jaringan kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional):
    a. Kartu ATM dapat digunakan diribuan mesin ATM dan EDC diseluruh Indonesia:
        1. Jaringan ATM Bank Sumsel Babel
        2. Jatingan ATM Bersama dan ATM berlogo Prima
        3. Jaringan EDC Bank Sumsel Babel
    b. Dilengkapi fasilitas SMS Banking

Jasa Lainnya

a. *Qard* Haji Ib

Pembiayaan *Qard* Haji Bank Sumsel Babel Syariah merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada calon Haji untuk menutupi kekurangan setoran Biaya Pemyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) melalui Tabungan Tasbih untuk memenuhi ketentuan booking seat atau untuk pelunasan BPIH.

Adapun manfaat dari dari *Qard* Haji ini adalah memenuhi kebutuhan dana untuk menutupi kekurangan dana sebagai persyaratan dalam memperoleh booking seat atau pelunasan BPIH yang diperuntukkan untuk masyarakat berpenghasilan tetap dan tidak tetap.

Keunggulan:

1. Bebas ribawi
2. Proses relatif mudah dan cepat.

b. Gadai Emas iB

Gadai Emas iB adalah fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan menggunakan prinsip gadai. Emas tersebut ditempatkkan dalam pengadaan dan pemeliharaan Bank. Bank akan mengenakan biaya sewa dengan prinsip ijarah.

2. Karakteristik Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	52	53,1%
Laki-laki	46	46,9%
Total	98	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.1, dapat diketahui jenis kelamin responden nasabah Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu 52 orang atau 53,1%. Sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 46 orang atau 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah Produk Tabungan Rofiqoh di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang adalah perempuan.

b. Responden Berdasarkan Umur

Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seorang mempengaruhi hasil kinerja dan kematangan dalam berfikir, berikut data responden di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Usia Responden (Tahun)	Jumlah	Presentase
<20	5	5,1%
20-29	24	24,5%
30-39	27	27,6%
40-49	35	35,7%
>50	7	7,1%
Total	98	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.2, menjelaskan bahwa umur responden yang tersebar dalam penelitian ini adalah 40-49 yakni sebanyak 35 orang atau 35,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah Produk Produk Tabungan Rofiqoh di Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 40-49 tahun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan

Pengelompokkan responden berdasarkan pendidikan, karena pendidikan merupakan salah satu faktor pola pikir responden. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin teliti juga apa yang akan dilakukan.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA/ dibawahnya	18	18,4%
Diplomat	21	21,4%
Sarjana	59	60,2%
Total	98	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.3, yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah Sarjana sebanyak 59 orang atau 60,2% kemudian Diplomat sebanyak 21 orang atau 21,4% dan terakhir SMA/ dibawahnya sebanyak 18 orang atau 18,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah Produk Tabungan Rofiqoh Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhir Sarjana.

d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/ Mahasiswa	20	20,4%
PNS/TNI/POLRI	38	38,8%
Pegawai Swasta	20	20,4%
Wiraswasta	12	12,2%
Lainnya	8	8,2%
Total	98	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan keterangan tabel 4.4, yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah Produk Tabungan Rofiqoh Bank Sumsel Babel Capem

Syariah Muhammadiyah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pekerjaannya PNS.

3. Deskriptif Tanggapan Responden

Dari angket yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 25 soal dan dibagi 2 kategori yaitu:

a. 18 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh keunggulan produk (X)
b. 7 soal digunakan untuk mengetahui tentang pilihan nasabah (Y)

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

a. Keunggulan Produk (X)

1.1 Kinerja

Tabel 4.5

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	0	2	45	51	98	0%	0 %	2,1 %	46%	52,0 %
2	0	0	9	51	38	98	0%	0 %	9,2 %	52,0 %	38,8 %
3	0	0	6	57	35	98	0%	0 %	6,1 %	58,2 %	35,8 %
Jumlah	0	0	17	153	124	294	0%	0 %	5,8 %	52,0 %	42,2 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 52,0% dan sangat setuju sebesar 42,2% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 94,2% responden menganggap produk menurut kinerja yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik.

1.2 Keistimewaan tambahan

Tabel 4.6

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	0	9	51	38	98	0%	0%	9,2%	52,0%	38,8%
2	0	1	5	55	37	98	0%	1,0%	5,1%	56,1%	37,7%
3	0	0	6	53	39	98	0%	0%	6,1%	54,0%	39,8%
Jumlah	0	1	20	159	114	294	0%	0,3%	6,8%	54,0%	38,8%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 54,0% dan sangat setuju sebesar 38,8% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 92,8% responden menganggap produk menurut keistimewaan tambahan yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik.

1.3 Keandalan

Tabel 4.7

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	0	9	46	43	98	0%	0 %	9,2 %	47,0 %	43,9 %
2	0	0	6	40	52	98	0%	0 %	6,1 %	40,9 %	53,1 %
3	0	0	5	48	45	98	0%	0 %	5,1 %	49,0 %	46,0 %
Jumlah	0	0	20	134	140	294	0%	0 %	6,8 %	45,6 %	47,6 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 45,6% dan sangat setuju sebesar 47,6% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 93,2% responden menganggap produk menurut keandalan yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik

1.4 Kesesuaian dengan spesifikasi

Tabel 4.8

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	0	6	47	45	98	0%	0 %	6,1 %	48,0 %	46,0 %
2	0	0	4	46	47	98	0%	0 %	4,1 %	47,0 %	48,0 %
3	0	0	7	53	38	98	0%	0 %	7,1 %	54,1 %	38,8 %
Jumlah	0	0	17	146	130	294	0%	0 %	5,8 %	49,7 %	44,2 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 49,7% dan sangat setuju sebesar 44,2% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 93,9% responden menganggap produk menurut kesesuaian dengan spesifikasi yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik

1.5 Daya tahan

Tabel 4.9

Pertanyaan	**Jawaban**					**Total**	**Presentase**				
	STS	**TS**	**KS**	**S**	**SS**		**STS**	**TS**	**KS**	**S**	**SS**
1	0	0	13	50	35	98	0%	0 %	13,3 %	51,0 %	35,8 %
2	0	0	13	54	31	98	0%	0 %	13,3 %	55,1 %	31,6 %
3	0	0	7	53	38	98	0%	0 %	7,1%	54,1 %	38,8 %
Jumlah	0	0	33	157	104	294	0%	0 %	11,2 %	53,4 %	35,3 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 53,4% dan sangat setuju sebesar 35,3% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 88,7% responden menganggap produk menurut daya tahan yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik.

1.6 Estetika

Tabel 4.10

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	0	6	52	40	98	0%	0 %	6,1%	53,1 %	41%
2	0	0	5	49	44	98	0%	0 %	5,1%	50%	45%
3	0	0	13	49	36	98	0%	0 %	13,3 %	50%	37%
Jumlah	0	0	24	150	120	294	0%	0 %	8,2%	51,0 %	41,0 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 51,0% dan sangat setuju sebesar 41,0% atas keunggulan produk. Hal ini berarti 92,0% responden menganggap produk menurut estetika yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang sudah sangat baik.

b. Kepuasan Nasabah

Tabel 4.11

Pertanyaan	Jawaban					Total	Presentase				
	STS	TS	KS	S	SS		STS	TS	KS	S	SS
1	0	2	7	55	34	98	0%	2,0 %	7,1%	56,1 %	34,7 %
2	0	1	7	55	35	98	0%	1,0 %	7,1%	56,1 %	35,7 %
3	0	0	7	60	31	98	0%	0%	7,1%	61,2 %	31,6 %
4	0	2	8	58	31	98	0%	2,0 %	8,2%	59,2 %	31,6 %

5	0	3	10	51	34	98	0%	3,1 %	10,2 %	52,0 %	34,7 %
6	0	1	2	57	38	98	0%	1,0 %	2,0%	58,2 %	38,8 %
7	0	0	9	44	45	98	0%	0%	9,2%	44,9 %	46,0 %
Jumlah	0	9	50	380	248	686	0%	1,3 %	7,3%	55,4 %	36,2 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 55,4% dan sangat setuju sebesar 36,2% terhadap kepuasan nasabah pada produk tabungan rofiqoh. Hal ini berarti 91,6% responden sangat puas pada produk tabungan rofiqoh yang dimiliki bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validias

1. Variabel Keunggulan Produk (X)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *Pearson Correlation* lebih dari 0,1966. Berikut pengujian validitas pada variabel Keunggulan Produk (X). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X)

Variabel	Item Pertanyaan	*Pearson correlation*	*Significant 2Tailed*	Keterangan
Keunggulan produk (X)	Pertanyaan 1	0,483**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 2	0,475**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 3	0,586**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 4	0,421**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 5	0,565**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 6	0,396**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 7	0,504**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 8	0,465**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 9	0,588**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 10	0,598**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 11	0,234**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 12	0,534**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 13	0,542**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 14	0,488**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 15	0,383**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 16	0,553**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 17	0,529**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 18	0,563**	0,000	*Valid*

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 4.12 Diatas hasil pengolahan data variabel Keunggulan Produk (X) menggunakan bantuan SPSS, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel}, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	*Pearson correlation*	*Significant 2Tailed*	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Pertanyaan 1	0,610**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 2	0,611**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 3	0,621**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 4	0,583**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 5	0,684**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 6	0,641**	0,000	*Valid*
	Pertanyaan 7	0,668**	0,000	*Valid*

Sumber: Hasil Pengolahan Data

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalm alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana kuisioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari >

0,60 sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka indikator yang digunakanoleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 4.14 Diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan Reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna melihat apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dari hasil uji normalitas yang dilakukan terhadap peneliti ini diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

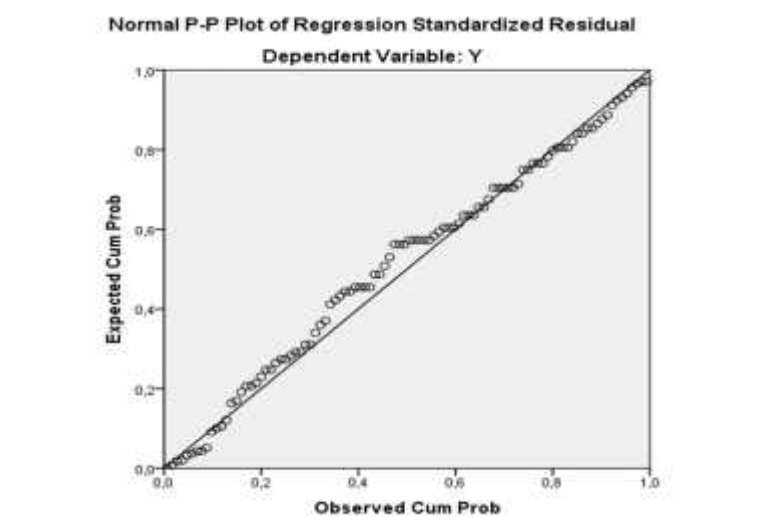
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,93124428
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,041
	Negative	-,093
Kolmogorov-Smirnov Z		,922
Asymp. Sig. (2-tailed)		,364

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Untuk uji normalitas dapat dilihat pada signifikansi (Asymp.sig), dengan ketentuan jika signifikansi (Asymp.sig) > 0,05 maka berdistribusi normal sedangkan jika signifikansi (Asymp.sig) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dari tabel diatas diketahui bahwa data kepuasan nasabah nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,364. Karena signifikasi lebih dari 0,05 maka data kepuasan dinyatakan berdistribusi normal.



b. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi merupakan pengujian dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkolerasi dengan dirinya sendiri. Maksud kolerasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai dari variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya.

Dalam pengambil keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Angka D-W dibawah -2 berarti autokolerasi positif
2. Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokolerasi
3. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokolerasi negatif

Tabel 4.16

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,721[a]	,520	,515	1,941	1,952

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20

Dari tabel diatas di dapatkan nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 1,952. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokolerasi.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.17

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,119	2,828		,396	,693
	KeunggulanProduk	,368	,036	,721	10,199	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel 4.15 diatas pada kolom B terdapat nilai constant (a) adalah 1,119 sedangkan untuk variabel keunggulan produk (b) adalah sebesar 0,368 sehingga persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Y = 1,119 + 0,368X

Dari persamaan di atas bahwa nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 1,119 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel dianggap konstan, maka yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang adalah sebesar 1,119

Nilai koefisien regresi estetika sebesar 0,368 artinya keunggulan produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang karena koefisien regresi bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan keunggulan produk sebesar 1 maka kepuasan nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang akan meningkat.

7. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel *independent* (X) dan variabel *dependen* (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat dan tidak kuat, apakah hubungan positif atau negatif, seperti yang terlihat pada tabel 4.19 dibawah ini:

Table 4.18
Koefisien Korelasi

Variabel	R
Keunggulan Produk	,721[a]

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel 4.19 diatas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang terbentuk adalah sebesar 0,721. Karena koefisien korelasi yang diperoleh berada antara 0,70 – 0,90, maka hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa Kinerja, keistimewaan tambahan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika memiliki hubungan yang tinggi atau kuat sebesar 0,721. Untuk menentukan keeratan hubungan atau korelasi antarvariabel tersebut, berikut ini diberikan nilai-nilai koefisien korelasi sebagai patokan.

Tabel 4.19
Interval Nilai Koefisien Korelasi dan
Kekuatan Hubungan

No	Interval Nilai	Kekuatan Hubungan
1	0,00	Tidak ada
2	0,00 – 0,20	Sangat rendah atau lemah sekali
3	0,20 – 0,40	Rendah atau lemah
4	0,40 – 0,70	Cukup berarti atau sedang
5	0,70 – 0,90	Tinggi atau kuat
6	0,90 – 1,00	Sangat tinggi atau kuat sekali
7	1,00	Sempurna

8. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau

sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.20
Hasil Uji R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,721[a]	,520	,515	1,941	1,952

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel diatas menjelaskan bahwa koefisien *R Square* sebesar 0,520 ini berarti kontribusi variasi variabel independen (Keunggulan Produk) mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Kepuasan Nasabah) sebesar 52% sedangkan sisanya sebesar 48% dijelaskan variasinya oleh variabel di luar model. Hal tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independen lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

9. Pengujian Hipotesis

Uji T (Parsial)

Uji T (Persial) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara parsial terhadap variable dependen.

Tabel 4.21
Hasil Uji T (Parsial)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	,396	,693
	KeunggulanProduk	10,199	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Cara pengambilan keputusan uji statistik T yaitu dengan merumuskan hipotesis :

Ho = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H1 = ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Angka T hitung pelayanan sebesar 10,199 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. T tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada nilai signifikan 0,05 dengan diketahui jumlah sampel (n) = 98 dan jumlah (k) = 2 maka df = 96 yang menunjukkan nilai T tabel sebesar 1,986.

Nilai T hitung > T tabel (10,199 > 1,986) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, maka Ho ditolak, jadi dapat disimpulakan bahwa keunggulan produk secara parsial berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Jadi dapat dijelaskan bahwa variabel keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadapa kepuasan nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang dilakukan di Palembang dapat terlihat jelas bahwa keunggulan produk tabungan *rofiqoh* memiliki pengaruh positif atau pengaruh yang baik terhadap kepuasan nasabah, apabila dilihat dari hasil regresi linier sederhana dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang positif yaitu ditunjukkan dengan Y = 1,119 + 0,368X, nilai yang bertanda positif dapat diartikan yaitu memiliki pengaruh yang searah apabila keunggulan produk tabungan *rofiqoh* meningkat maka secara otomatis kepuasan nasabah meningkat di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai R *square* yaitu sebesar 0,520 dapat diartikan bahwa 52% variasi variabel kepuasan nasabah dapat diterangkan oleh variabel independen dalam penelitian ini yaitu Keunggulan Produk. Sedangkan sisanya 48% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keunggulan Produk. Berdasarkan uji parsial analisis regresi Keunggulan produk diperoleh nilai T hitung sebesar 10,199 > T tabel 1,986 dengan nilai signifikan 0,000, maka Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa keunggualn produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

Hal tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Reni Resma 3110.022, Utari Joni Rusadi 3113.146 dan Willy Pama Gani 3113.037 yang menunjukkan bahwa keunggulan produk bepengaruh positif dan signifkan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik diketahui bahwa keunggulan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang. Dengan adanya peningkatan kualitas produk dari bank syariah tersebut maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga nasabah akan merasa senang dan puas terhadap produk yang diberikan bukan hanya pada produknya saja kepuasan nasabah itu bisa dilihat dari sisi pelayanan bank tersebut apabila pelayanan yang diberikan baik dan bagus maka produk yang ada pun bagus di mata nasabah yang diberikan dari situlah produk yang ada pada PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap Kepuasan Nasabah pada uji F (simultan) signifikan di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang, hal ini dibuktikan dengan beberapa fakta ditemukan yaitu:

1. Persamaan regresi linier sederhana yang di dapat adalah **Y = 1,119 + 0,368X** artinya (a) = nilai konstanta sebesar 1,119. (b) = koefisien regresi sebesar 0,368.
2. variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi normal karna nilai *Asymp sig* lebih tinggi dari 0,05 yaitu sebesar 0,364. Dan tidak ada gejala autokorelasi karena nilai durbin waston diantara -2 sampai 2 yitu 1,962.
3. Berdasarkan uji parsial analisis regresi Keunggulan produk diperoleh nilai T hitung sebesar 10,199 > T tabel 1,986 dengan nilai signifikan 0,000, maka Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.

4. Berdasarkan hasil uji koefisien R^2 atau *R Square* sebesar 0,520 artinya indikator keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 52%. Sedangkan sisanya 48% dijelaskan oleh variael di luar model.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis mencoba untuk hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Diharapkan untuk nasabah agar tetap mempercayai keunggulan produk tabungan rofiqoh di PT Bank Sumel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang agar tetap terjaga keunggulan dari produk dan lebih memahami produk yang ada di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan diberbagai tepat
3. Kepada PT Bank Sumsel Capem yariah Muhammadiyah Palembang harus tetap mempertahankan dan meningkatkan keunggulan produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah di mata masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan produk di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

A Karim, Adiwarman. 2004. *Bank Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Amir, M. Taufi. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Anoraga, Pandji.2000 *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi* Pemasaran. Yogyakarta: ANDI

Henard, D.H. dan Szymanski, " *Journal of Marketing Research"*, dalam D.M., 2001, "*Why Some New Products are more successful than others"*, journal of marketing research, Vol.XXXVIII August (diakses tanggal 18 desember 2017)

Irawan, Handi. 2002. *prinsip kepuasan pelanggan.* jakarta: PT Elek Media Komposindo

Irdianto, Nur. 1999. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 1999

Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kasmir. 2004. *Pemasaran* Bank. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana

Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka

Kotler, Philip dan Kevin Lane Ketler. 2007. *Manajemen* Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen* Pemasaran. Jakarta: Indeks

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Nur Rianto, Al Arief. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta

Priyanto, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom

Pusat Bahasa Depdiknas. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indoensia*. Jakarta: Balai Pustaka

Pusat Bahasa Depdiknas. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Pusat Bahasa Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dasyat Marketing Mix For Small* Business. Jakarta: TransMedia

Reni Resma. "Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Preferensi Memilih Tabungan iB Siaga *Wadi'ah* (Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi).". Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi, D3 Perbankan Syariah FEBI (2010)

Rochaety, Ety dkk. 2007. *Metode Penelitian Bisnis dengan Aplikasi* SPSS. Jakarta: Mitra Wacana Media

Supranto. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan* Pelanggan. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&*D. Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta

Suharyanto. Dkk. 2004. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern,* Jakarta: Salemba Empat

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif &* Kualitatif. Yogyakarta: graha ilmu

Tjiptono, Fandy.1997. *Strategi* Pemasaran. Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Umar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Utari Joni Rusadi. “Analisis Keunggulan Produk Deposito iB Pada PT BPR Syariah Al-Makmur.”. Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi. D3 Perbankan Syariah. FEBI (2013)

Willy Pama Gani. “Strategi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT AL-IHSAN NAGARI TABEK PANJANG KEC BASO.”. Tugas Akhir Institusi Agama Islam Negeri Bukittinggi. D3 Perbankan Syariah. FEBI (2013)

Zainal, Veithzal, dkk. 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Quran terjemah surat Ali-imran. 2003. semarang: PT Karya Toha

Quran terjemah surat Al-taubah. 2003. semarang:PT Karya Toha

Quran terjemah surat Al-Mu’minun. 2003. semarang:PT Karya Toha

Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang. 2018. Palembang/ Sumatera Selatan

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Nomor : 98.45 /In.26/PP.00.9/04/2018

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an **YASRICA DWI RAHMADANI NIM. 3314.015** tanggal 04 April 2018, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "**Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Rofiqah Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang**"

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Dr. Iizlamuddin, MA**
NIP	:	197503032001121007
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
Memberi Mata Kuliah	:	Fiqh Muamalat I
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Hj. Zulhelmi, SE., MM**
NIP	:	19640422 201411 2001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk. I/ III/b
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Manajemen
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 05 April 2018
Rektor,

SIDHA AHIDA

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing;

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus I : Jalan Gurun Aur Kuranji Pulih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22870
Website : www.febi.jainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@jainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1737/In.26.3/PP.07/07/2018 06 Juli 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pimpinan Bank Sumsel Babel
Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Proposal Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan observasi kepada saudara :

Nama	:	**YASRICA DWI RAHMADANI**
NIM	:	**3314.015**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Observasi	:	PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang
Judul Proposal Skripsi	:	***"Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Rofiqoh Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang"***
Waktu	:	11 Juli s/d 31 Agustus 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

BANK SUMSELBABEL
SYARIAH
Mitra amanah membangun daerah

Palembang, 18 Juli 2018

Nomor : 102/SMP/4/B/2018
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Dekan
Fak Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bukittinggi
Di-
Bukittinggi

Surat No.B-1737/In.26.3/PP.07/07/2018 Tanggal 06 Juli 2018
U/p. Pemimpin

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga saudara dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari.

Menindaklanjuti surat diatas, dengan ini kami memberikan izin kepada saudari :

Nama : Yasrica Dwi Rahmadani
NIM : 3314.015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi
Waktu : 11 Juli - 31 Agustus 2018

untuk penelitian dan penyusunan skripsi pada kantor Bank SumselBabel Cabang Pembantu Syariah Muhammadiyah Palembang sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada perusahaan.

Demikianlah disampaikan, harap maklum.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT.Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
Cabang Pembantu Syariah Muhammadiyah Palembang

Elianora **Refria Betra Cahya**
PPS. Pemimpin

Tembusan :

1. Yasrica Dwi Rahmadani

Kuesioner

Lampiran :

Nomor responden :

Kuesioner

Kepada Yth.

Nasabah PT Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang

Di tempat

Dengan hormat,

Suhubungan dengan penulisan skripsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) institut agama islam negeri (IAIN) bukittinggi yang berjudul **"Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan *Rofiqoh* terhadap Kepuasan Nasabah"** kepada bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan dan pernyataan. Kuesioner dibawah ini merupakan salah satu metode pengumpulan data primer yang sangat berguna untuk bahan penyusunan skripsi.

Mengingat penelitian ini semata-mata dimaksudkan untuk kepentingan akademik, maka saya sangat mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat anda. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan identitas responden dan hasil kuesioner tersebut.

Atas kerja sama dan bantuan bapak/ibu/saudara/i, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya

Yarica Dwi Rahmadani

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin
   a. Laki-laki
   b. Perempuan
4. Usia
   a. <20 c. 30-39 e. >50
   b. 20-29 d. 40-49
5. Pekerjaan :
   a. PNS c. pegawai Swasta e. Pelajar
   b. Wiraswasta d. TNI/POLRI f. Lain-lain_____
6. Pendidikan terakhir
   a. SD c. SMA e. Sarjana S1,S2,S3
   b. SMP d. Diploma D1, D2, D3 f. Lain-lain_____

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Beri tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Kurang Setuju (KS)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Bagaimana penilaian anda tentang **Keunggulan Produk** yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Capem Syariah Muhammadiyah Palembang ?

1. Keunggulan Produk (X)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kinerja (*Performance*)						
1.	Pengelolaan dana Tabungan *Rofiqoh* di bank sumsel babel sesuai dengan prinsip syariah					
2.	Produk Tabungan *Rofiqoh* adalah produk yang unggul di setiap produk di bank sumsel					
3.	Produk Tabungan *Rofiqoh* di bank sumsel babel memberikan rasa tentram dan menguntungkan					
Keistimewaan tambahan (*Feature*)						
1.	Keunggulan Produk tabungan yang diberikan di bank sumsel babel sudah baik					
2.	Fasilitas/ fitur produk Tabungan *Rofiqoh* sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi					
3.	Setoran awal Tabungan *Rofiqoh* sangat terjangkau					

Keandalan (*Realibility*)						
1.	Menawarkan / membicarakan produk kepada orang lain untuk menggunakan produk yang sama					
2.	Buku Tabungan *Rofiqoh* memiliki warna yang menarik mudah di bawa dan disimpan serta tidak rusak					
3.	Bank Sumsel Babel memiliki jenis-jenis produk tabungan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabah					
Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)						
1.	Rekening Tabungan *Rofiqoh* akan selalu aktif dengan saldo minimal Rp 20.000,-					
2.	sewaktu-waktu nasabah ingin mengambil uang simpanan di produk Tabungan *Rofiqoh* dapat dilakuka dengan cepat dan mudah					
3.	Tabungan *Rofiqoh* memang lebih unggul ketimbang produk-produk yang lain					
Daya Tahan (*durability*)						
1.	Produk Tabungan *Rofiqoh* adalah jenis produk yang awal ada dan banyak diminati nasabah					
2.	Produk Tabungan *Rofiqoh* tidak dipatokkan kapan habis masa atau aktifnya tabungan tersebut.					
3.	Nasbah selalu setia menggunakan produk Tabungan *Rofiqoh* dan					

	menjadi nasabah berulang-ulang					
Estetika						
1.	Produk Tabungan *Rofiqoh* di bank sumsel babel memiliki keunggulan tersendiri					
2.	Keunggulan Produk Tabungan *Rofiqoh* sesuai dengan yang ditawarkan					
3.	Cover Produk Tabungan *Rofiqoh* sangat elegan dan menarik dimata nasabah					

2. Kepuasan Nasabah Tabungan *Rofiqoh* (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk Tabungan *Rofiqoh* yang diberikan Bank Sumsel Babel berkualitas					
2.	Keunggulan Produk yang diberikan Bank Sumsel Babel sesuai dengan yang diharapkan					
3.	Nasabah merasa puas menjadi anggota Bank Sumsel Babel dan tidak beralih ke Bank lain.					
4.	Saya merasa biaya administrasi produk Tabungan *Rofiqoh* relatif murah					
5.	Nasabah merekomondasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan produk Tabungan *Rofiqoh* Bank Sumsel Babel					

6.	Produk Tabungan *Rofiqoh* di Bank Sumsel Babel merupakan salah satu alternatif terbaik pilihan saya dari berbagai alternatif					
7.	Saya memutuskan untuk menggunakan produk tabungan *rofiqoh* karena sesuai dengan kebutuhan saya					

Jawaban Keseluruhan Responden

No	Kode	Kinerja (X_1)			Keistimewaan Tambahan (X_2)			Keandalan (X_3)			Kesesuaian dengan Spesifikasi (X_4)			Daya Tahan (X_5)			Estetika (X_6)			Kepuasan Nasabah (Y)						
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
1	R-1	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
2	R-2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
3	R-3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	R-4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
5	R-5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
6	R-6	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
7	R-7	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3
8	R-8	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
9	R-9	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
10	R-10	5	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	3
11	R-11	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4
12	R-12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4
13	R-13	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	2	4	4	4	4	5	5
14	R-14	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4
15	R-15	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4	3	5	4	4
16	R-16	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
17	R-17	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	4	5
18	R-18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	R-19	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3
20	R-20	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
21	R-21	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
22	R-22	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
23	R-23	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
24	R-24	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4

25	R-25	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	2	3
26	R-26	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
27	R-27	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
28	R-28	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
29	R-29	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
30	R-30	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
31	R-31	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
32	R-32	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
33	R-33	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
34	R-34	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
35	R-35	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
36	R-36	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
37	R-37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
38	R-38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	R-39	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	R-40	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
41	R-41	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	R-42	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
43	R-43	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
44	R-44	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
45	R-45	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
46	R-46	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
47	R-47	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
48	R-48	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
49	R-49	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
50	R-50	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
51	R-51	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
52	R-52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	R-53	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
54	R-54	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
55	R-55	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

56	R-56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
57	R-57	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5
58	R-58	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
59	R-59	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
60	R-60	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
61	R-61	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	3	4	5	5
62	R-62	5	4	3	4	4	5	3	3	5	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
63	R-63	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
64	R-64	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
65	R-65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5
66	R-66	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5
67	R-67	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4
68	R-68	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
69	R-69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	R-70	5	4	3	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
71	R-71	5	5	5	3	4	3	3	5	4	3	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
72	R-72	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
73	R-73	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
74	R-74	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
75	R-75	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5
76	R-76	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
77	R-77	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
78	R-78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	R-79	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
80	R-80	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
81	R-81	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
82	R-82	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
83	R-83	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	3
84	R-84	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
85	R-85	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
86	R-86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4

87	R-87	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	R-88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
89	R-89	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	R-90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	R-91	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
92	R-92	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
93	R-93	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
94	R-94	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
95	R-95	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
96	R-96	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
97	R-97	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
98	R-98	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5

Uji Validitas

Variabel: Keunggulan Produk

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	Keunggulan
P1	Pearson Correlation	1	,348**	,247*	,136	,154	,113	,355**	,373**	,420**	,173	-,137	,079	,200*	,176	,142	,160	,243*	,213*	,483**
	Sig. (2-tailed)		,000	,014	,182	,129	,270	,000	,000	,000	,089	,179	,440	,049	,083	,163	,115	,016	,035	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,348**	1	,267**	,037	,216*	,173	,304**	,144	,199*	,148	-,003	,131	,209*	,169	,158	,136	,347**	,249*	,475**
	Sig. (2-tailed)	,000		,008	,718	,033	,089	,002	,157	,049	,146	,973	,198	,039	,097	,119	,181	,000	,013	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,247*	,267**	1	,267**	,293**	,128	,303**	,419**	,277**	,338**	,110	,350**	,200*	,184	,202*	,268**	,257*	,165	,586**
	Sig. (2-tailed)	,014	,008		,008	,003	,210	,002	,000	,006	,001	,279	,000	,048	,070	,046	,008	,011	,105	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P4	Pearson Correlation	,136	,037	,267**	1	,349**	,117	,100	,331**	,116	,365**	-,030	,294**	,233*	,143	-,086	,219*	,180	-,020	,421**
	Sig. (2-tailed)	,182	,718	,008		,000	,250	,326	,001	,256	,000	,772	,003	,021	,159	,398	,030	,076	,847	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P5	Pearson Correlation	,154	,216*	,293**	,349**	1	,365**	,249*	,189	,305**	,361**	,039	,181	,208*	,116	,181	,242*	,287**	,298**	,565**
	Sig. (2-tailed)	,129	,033	,003	,000		,000	,013	,062	,002	,000	,704	,075	,040	,255	,075	,016	,004	,003	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P6	Pearson Correlation	,113	,173	,128	,117	,365**	1	,150	,242*	,253*	,313**	,061	,074	-,037	,160	,132	,016	,234*	,085	,396**
	Sig. (2-tailed)	,270	,089	,210	,250	,000		,139	,016	,012	,002	,549	,468	,719	,116	,195	,874	,021	,407	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P7	SPearson Correlation	,355**	,304**	,303**	,100	,249*	,150	1	,289**	,329**	,145	,097	,246*	,225*	,093	-,047	,248*	,149	,239*	,504**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,002	,326	,013	,139		,004	,001	,155	,343	,015	,026	,363	,648	,014	,143	,018	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P8	Pearson Correlation	,373**	,144	,419**	,331**	,189	,242*	,289**	1	,263**	,131	,047	,152	,118	,066	,068	,115	,249*	,005	,465**
	Sig. (2-tailed)	,000	,157	,000	,001	,062	,016	,004		,009	,200	,644	,135	,247	,517	,503	,262	,013	,960	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

P9	Pearson Correlation	,420**	,199*	,277**	,116	,305**	,253*	,329**	,263**	1	,378**	,147	,184	,289**	,342**	,126	,210*	,092	,329**	,588**
	Sig. (2-tailed)	,000	,049	,006	,256	,002	,012	,001	,009		,000	,147	,069	,004	,001	,215	,038	,369	,001	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P10	Pearson Correlation	,173	,148	,338**	,365**	,361**	,313**	,145	,131	,378**	1	,237*	,302**	,237*	,285**	,189	,301**	,159	,276**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,089	,146	,001	,000	,000	,002	,155	,200	,000		,019	,003	,019	,004	,063	,003	,118	,006	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P11	Pearson Correlation	-,137	-,003	,110	-,030	,039	,061	,097	,047	,147	,237*	1	,028	-,005	-,115	,193	,161	,103	,132	,234*
	Sig. (2-tailed)	,179	,973	,279	,772	,704	,549	,343	,644	,147	,019		,783	,961	,258	,057	,114	,311	,194	,021
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P12	Pearson Correlation	,079	,131	,350**	,294**	,181	,074	,246*	,152	,184	,302**	,028	1	,361**	,352**	,034	,266**	,398**	,299**	,534**
	Sig. (2-tailed)	,440	,198	,000	,003	,075	,468	,015	,135	,069	,003	,783		,000	,000	,740	,008	,000	,003	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P13	Pearson Correlation	,200*	,209*	,200*	,233*	,208*	-,037	,225*	,118	,289**	,237*	-,005	,361**	1	,381**	,155	,296**	,217*	,435**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,049	,039	,048	,021	,040	,719	,026	,247	,004	,019	,961	,000		,000	,127	,003	,032	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P14	Pearson Correlation	,176	,169	,184	,143	,116	,160	,093	,066	,342**	,285**	-,115	,352**	,381**	1	,272**	,315**	,131	,232*	,488**
	Sig. (2-tailed)	,083	,097	,070	,159	,255	,116	,363	,517	,001	,004	,258	,000	,000		,007	,002	,198	,021	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P15	Pearson Correlation	,142	,158	,202*	-,086	,181	,132	-,047	,068	,126	,189	,193	,034	,155	,272**	1	,209*	,165	,325**	,383**
	Sig. (2-tailed)	,163	,119	,046	,398	,075	,195	,648	,503	,215	,063	,057	,740	,127	,007		,039	,104	,001	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P16	Pearson Correlation	,160	,136	,268**	,219*	,242*	,016	,248*	,115	,210*	,301**	,161	,266**	,296**	,315**	,209*	1	,309**	,441**	,553**
	Sig. (2-tailed)	,115	,181	,008	,030	,016	,874	,014	,262	,038	,003	,114	,008	,003	,002	,039		,002	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P17	Pearson Correlation	,243*	,347**	,257*	,180	,287**	,234*	,149	,249*	,092	,159	,103	,398**	,217*	,131	,165	,309**	1	,232*	,529**
	Sig. (2-tailed)	,016	,000	,011	,076	,004	,021	,143	,013	,369	,118	,311	,000	,032	,198	,104	,002		,022	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P1	Pearson Correlation	,213*	,249*	,165	-,020	,298**	,085	,239*	,005	,329**	,276**	,132	,299**	,435**	,232*	,325**	,441**	,232*	1	,563**

8	Sig. (2-tailed)	,035	,013	,105	,847	,003	,407	,018	,960	,001	,006	,194	,003	,000	,021	,001	,000	,022	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Keunggulan_Produk	Pearson Correlation	,483**	,475**	,586**	,421**	,565**	,396**	,504**	,465**	,588**	,598**	,234*	,534**	,542**	,488**	,383**	,553**	,529**	,563**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,021	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

Variabel: Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Kepuasan_Nasabah
P1	Pearson Correlation	1	,264**	,384**	,246*	,183	,294**	,298**	,610**
	Sig. (2-tailed)		,009	,000	,015	,071	,003	,003	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,264**	1	,413**	,295**	,274**	,197	,262**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,009		,000	,003	,006	,052	,009	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,384**	,413**	1	,110	,340**	,270**	,281**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,282	,001	,007	,005	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P4	Pearson Correlation	,246*	,295**	,110	1	,399**	,276**	,234*	,583**
	Sig. (2-tailed)	,015	,003	,282		,000	,006	,020	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P5	Pearson Correlation	,183	,274**	,340**	,399**	1	,389**	,406**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,071	,006	,001	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P6	Pearson Correlation	,294**	,197	,270**	,276**	,389**	1	,456**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,003	,052	,007	,006	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
P7	Pearson Correlation	,298**	,262**	,281**	,234*	,406**	,456**	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	,003	,009	,005	,020	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98

Kepuasan_Nasabah	Pearson Correlation	,610**	,611**	,621**	,583**	,684**	,641**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

Uji Realiabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	2

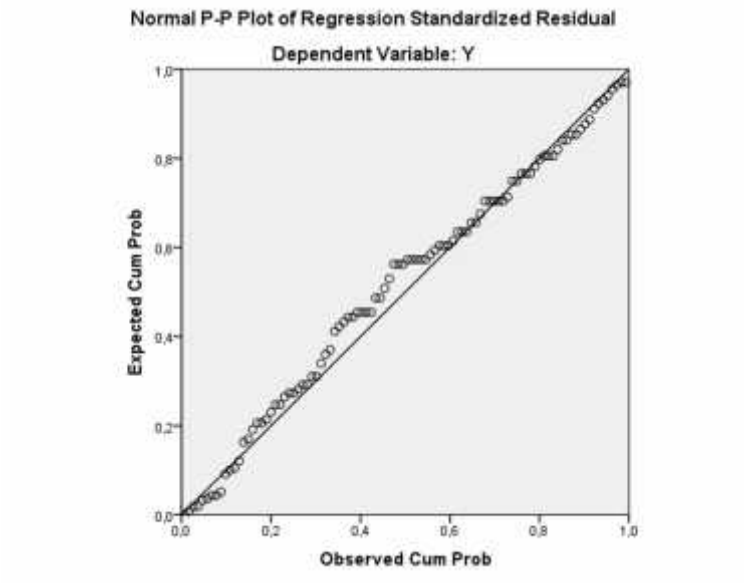
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,93124428
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,041
	Negative	-,093
Kolmogorov-Smirnov Z		,922
Asymp. Sig. (2-tailed)		,364

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Uji Autokolerasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,721[a]	,520	,515	1,941	1,952

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,119	2,828		,396	,693
	KeunggulanProduk	,368	,036	,721	10,199	,000

a. Dependent Variable: Y

Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary[b]

Model	R
1	,721[a]

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,721[a]	,520	,515	1,941	1,952

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Yasrica Dwi Rahmadani

Nama Panggilan : Iyas

Anak : 2 dari 3 bersaudara

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir: Palembang, 14 Januari 1997

Alamat : Jalan Patra 1 Blok J7 No.08 Rt 067 Rw 026 Kec Sako Kota Palembang

Email : Yasricadwirahmadani97@gmail.com

Nama Orang Tua (Ayah)

Nama Lengkap : Yansen

Pekerjaan : Wiraswasta

Nama Orang Tua (Ibu)

Nama Lengkap : Lindawati

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Paramita Tahun 2001-2002
2. SD Negeri 112 Palembang Tahun 2002-2008
3. SMP Negeri 27 Palembang Tahun 2008-2011
4. SMA Bina Warga 2 Palembang Tahun 2011-2014
5. IAIN Bukittinggi Tahun 2014-2018

Pengalaman Organisasi

1. Osis SMP N 27 Palembang
2. Anggota UKK KSEI AL-IRSYAD IAIN Bukittinggi Periode 2015-2016