

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PEMBIAYAAN PADA PT. BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
KANTOR KAS CIMANGGU**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN PURWOKERTO Untuk Memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E.)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**NANDA AYU WARDANI
NIM. 1617202028**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Nanda Ayu Wardani**

NIM : **1617202028**

Jenjang : **S.1**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Perbankan Syari'ah**

Program Studi : **Perbankan Syari'ah**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil peneliti/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang drujuk sumbernya.

Purwokerto, 29 September 2020

Saya yang menyatakan,



Nanda Ayu Wardani

NIM. 1617202028



PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN PADA PT. BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU

Yang disusun oleh Saudari **Nanda Ayu Wardani NIM 1617202028** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **23 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Pembimbing/Penguji

Iin Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 02 November 2020

Mengesahkan
Dekan

Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 195921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nanda Ayu Wardani NIM 1617202028 yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 29 September 2020

Pembimbing

Iin Solikhin, M.Ag.

NIP. 197208052001121002

MOTTO

Kenali terlebih dahulu sebelum menilai, karena yang tampak indah tak selalu indah dan yang tampak buruk tak selalu buruk.



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang tercinta. Bapak Hadi Sugino dan Ibu Karniyati. Terimakasih atas doa-doa yang setiap hari kalian panjatkan, serta dorongan dan semangat kalian. Semoga pengorbanan yang telah kalian lakukan untuk anak-anak tersayang diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT.

Aamiin.



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini bepedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor :0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba ^ʿ	b	be
ت	ta ^ʿ	t	te
ث	śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha ^ʿ	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	żal	ż	za (dengan titik diatas)
ر	ra ^ʿ	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta ^ʿ	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za [‘]	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	koma terbaik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa [‘]	f	ef
ق	qof	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	„el
م	mim	m	„em
ن	nun	n	„en
و	waw	w	w
ه	ha [‘]	h	ha
ء	hamzah	„	apostrof
ي	ya [‘]	y	ye

Konsonan rangkap karna syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	Ditulis	‘iddah
--------	---------	--------

Ta’ marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	حِسْرَة	ditulis	jizyah
------	---------	--------	---------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامًا الأولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ’
-----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan h.

زكاة لغير	Ditulis	zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

B. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	ditulis	A
◌ِ	Kasrah	ditulis	I
◌ُ	Dammah	ditulis	U

C. Vokal Panjang

1.	fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	fathah + ya"mati	ditulis	A
	تنس	ditulis	tansa
3.	kasrah + ya" mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
5.	dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

D. Vokal Rangkap

1	fathah + ya'mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

E. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أأنتم	ditulis	A'antum
أعدت	ditulis	u"iddat

F. Kata sandang alif +lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القاس	ditulis	al-qiyâs
-------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY
AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY
FINANCING AT PT. BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
CIMANGGU CASH OFFICE**

By : Nanda Ayu Wardani
NIM. 1617202028
Email : nandaayuardani@gmail.com

ABSTRACT

Bank is one of the institutions in the financial industry that is engaged in services, a bank must be able to win the competition in a situation that is moving forward quickly and competitively. This situation encourages the banking industry to be fast and responsive in carrying out its functions and responsibilities, especially gaining customer trust and meeting customer needs for banking products, services that are safe, comfortable and able to provide customer satisfaction so that customers will be loyal to the bank.

This type of research is field research, namely researchers go directly to the field by distributing questionnaires to customers of PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cimanggu cash office with the aim of knowing the effect of service quality, product quality and customer satisfaction on financing customer loyalty at PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cimanggu cash office. The analytical method used is to use multiple linear analysis methods.

Based on the results of research processed using SPSS Statistics 25 it can be seen that service quality variables have a partial and simultaneous and significant effect on financing customer loyalty. Product quality variable has a partial and simultaneous and significant effect on financing customer loyalty. While the customer satisfaction variable has no partial and simultaneous and significant effect on financing customer loyalty. There is an R Square test explaining that the quality of service, product quality and customer satisfaction has an influence on customer loyalty of financing by 33,2% while the remaining 66,8% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Service, Product, Satisfaction and Loyalty

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PEMBIAYAAN PADA PT. BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
KANTOR KAS CIMANGGU**

Oleh : Nanda Ayu Wardani
NIM. 1617202028
Email : nandaayuwardani@gmail.com

ABSTRAK

Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam pelayanan jasa, bank harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi bidang yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif. Situasi ini mendorong industri perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya, terutama memperoleh kepercayaan nasabah serta memenuhi kebutuhan nasabah akan produk, layanan perbankan yang aman, nyaman serta mampu memberi kepuasan bagi nasabah sehingga nasabah akan loyal terhadap bank tersebut.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu peneliti terjun secara langsung ke lapangan dengan membagikan kuesioner kepada nasabah pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dengan tujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistics 25 dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan. Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan. Sedangkan variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara parsial, dan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan. Pada uji *R Square*, menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan sebesar 33,2%. Sedangkan sisanya 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Layanan, Produk, Kepuasan dan Loyalitas

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji syukur senantiasa penyusun hanturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penusun, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Tidak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta para sahabat Beliau hingga akhir zaman Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi saah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program studi Perbankan Syariah.

Untuk melangkah sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri tanpa adanya doa dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik seara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian Skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, perkenankanlah penyusun mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz. M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.
4. Iin Solikhin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.
6. Seluruh staff Perpustakaan IAIN Purwokerto.
7. Semua pihak PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

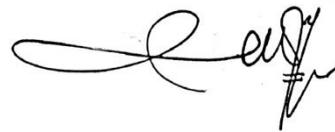
8. Kedua orang tuaku Bapak Hadi Sugino dan Ibu Karniyati yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis sehingga dapat melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih baik sampai saat ini. Terimakasih banyak atas jasa yang tidak pernah mampu terbalaskan. Kepada kakaku Lita Rahayu, Adikku Jingga Ayu Pramesila dan Wiji Ali Nugroho yang selalu memberikan yang terbaik juga dan seluruh keluarga besar, terima kasih atas kasih sayang dan doa yang sungguh berharga bagi penulis.
9. Teruntuk sahabat kecilku Elin Fadilatur Rohmah dan Rizky Ira Zulfia terima kasih sudah memberi semangat dan berproses bersama selama ini.
10. Teruntuk sahabatku Wani'mah, Nadila, Mba Nana, Popy, Laksmi, Anti, Leni, Vina dan Eno terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik selama di Purwokerto.
11. Teruntuk sahabat-sahabatku Eka, Fina, Mba Tia, Meisy terimakasih untuk kebersamaannya di Kost Wisma Anggrek kurang lebih 2 tahun ini.
12. Seluruh keluarga besar Pondok Pesantren Darul Falah terutama untuk Ayah Supani Dan Bunda Enung. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
13. Teman-teman seperjuangan satu kelas Perbankan Syariah A selama 4 tahun menimba ilmu bersama di IAIN Purwoketo. Dan para sahabat-sahabatku yang selalu mendoakan dan berjuang bersama.
14. Teman-teman KKN angkatan 45 Desa Badakarya.
15. Teman-temanku satu dosen pembimbing Intan, Diah, dan Bya terimakasih sudah menjadi partner yang baik.
16. Kepada seluruh responden nasabah pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner. Dan kepada segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dengan kalian semua.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penyusun menyadari banyak kekurangan, baik sengaja maupun tidak disengaja. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya kemampuan, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Untuk itu, penyusun mohon maaf atas segala kekuarangan, serta penyusun tidak menutup diri terhadap saran dan kritik serta masukan yang bersifat membangun bagi penyusun.

Akhir kata, semoga dukungan, bimbingan dan doa serta saran maupun masukan yang telah diberikan kepada penyusun mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan kita semua dalam lindungan-Nya. Aamiin.

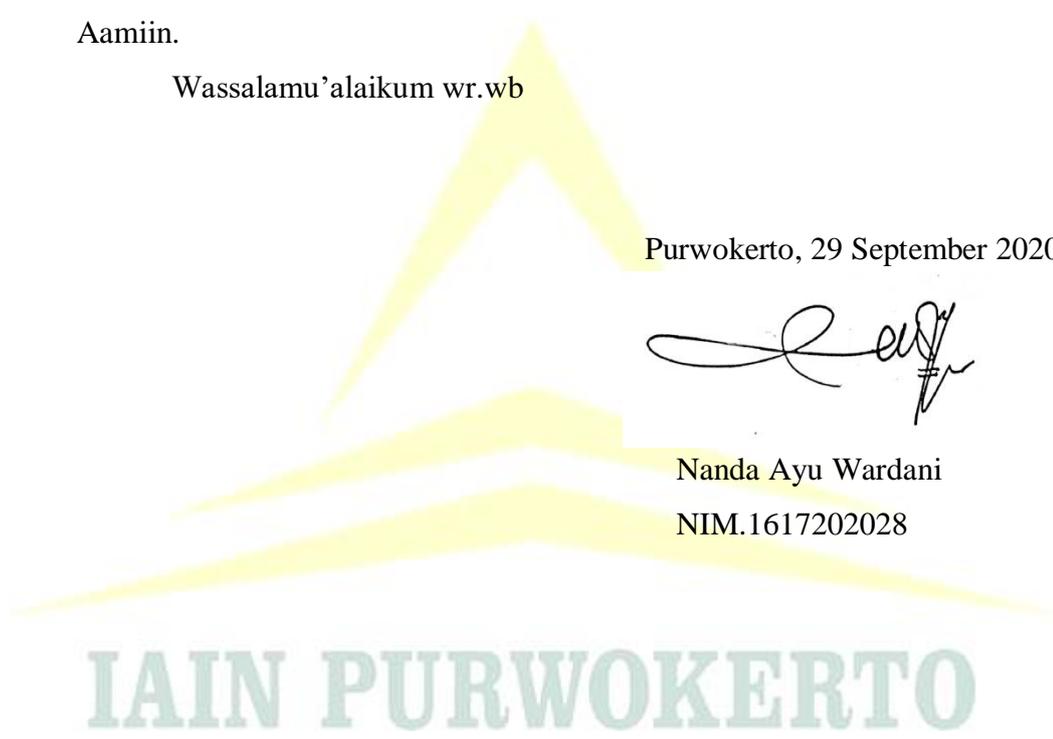
Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 29 September 2020



Nanda Ayu Wardani

NIM.1617202028



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB - INDONESIA	vii
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat.....	10
D. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	14
B. Kerangka Teori	18

1. Kualitas Layanan	
a) Pengertian Kualitas Layanan	19
b) Pelayanan dalam Pandangan Islam	20
c) Pentingnya Kualitas Layanan	21
d) Dimensi Kualitas Layanan.....	21
2. Kualitas Produk	
a) Pengertian Kualitas Produk	24
b) Pentingnya kualitas Produk	24
c) Dimensi Kualitas Produk.....	25
3. Kepuasan Nasabah	
a) Pengertian Kepuasan Nasabah.....	25
b) Cara Memantau Kepuasan Nasabah.....	26
c) Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Nasabah	27
d) Dimensi Kepuasan Nasabah	28
e) Manfaat Kepuasan Nasabah	28
4. Loyalitas Nasabah	
a) Pengertian Loyalitas Nasabah.....	30
b) Pentingnya Loyalitas Nasabah.....	30
c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	30
5. Pembiayaan	
a) Pengertian Pembiayaan	31
b) Tujuan Pembiayaan.....	31
c) Fungsi Pembiayaan	32
d) Jenis-Jenis Pembiayaan	32
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hubungan Antar Variabel.....	35
E. Rumusan Hipotesis.....	37
F. Landasan Teologis.....	38
BAB III : METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39

C. Populasi dan Sampel Penelitian	40
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	41
E. Pengumpulan Data Penelitian	43
F. Analisis Data Penelitian.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	46
3. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinearitas.....	47
c. Uji Heterokedasitas	47
4. Uji Regresi Linier Berganda	47
5. Uji Hipotesis	48
a. Uji t.....	48
b. Uji f.....	48

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Deskripsi Karakteristik Responden	58
C. Distribusi Tanggapan Responden	62
D. Hasil Analisis Data Penelitian	66
E. Pembahasan Hasil Penelitian	77

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	85
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan	9
Tabel 2 Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3 Variabel dan Indikator Penelitian	42
Tabel 4 Interval Skala Likert.....	45
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	61
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembiayaan.....	62
Tabel 11 Variabel Kualitas Layanan	63
Tabel 12 Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 13 Variabel Kepuasan Nasabah	65
Tabel 14 Variabel Loyalitas Nasabah Pembiayaan	65
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_1)	67
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	67
Tabel 17 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (X_3).....	68
Tabel 18 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y)	68
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 20 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	71
Tabel 21 Hasil Uji Multikolinearitas	72

Tabel 22 Hasil Regresi Linier Berganda	74
Tabel 23 Hasil Uji t.....	75
Tabel 24 Hasil Uji f	76
Tabel 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 2 Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu	57
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	70
Gambar 4 Hasil Uji Normalitas P-Plot	71
Gambar 5 Hasil Uji Heterokedasitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Daftar Responden
Lampiran 3	Data Jawaban Responden
Lampiran 4	Hasil Output
Lampiran 5	Foto Pengisian Kuesioner
Lampiran 6	Sertifikat PPL
Lampiran 7	Sertifikat KKN
Lampiran 8	Sertifikat Bahasa Arab
Lampiran 9	Sertifikat Bahasa Inggris
Lampiran 10	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 11	Sertifikat Aplikom

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan sektor perbankan. Perkembangan dunia perbankan yang pesat saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk perbankan yang beraneka ragam dan berkualitas. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa perbankan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya (Dedi Setiawan dan Erni Masdupi).

Menurut kegiatan usahanya dan jenisnya bank dibagi dua, terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Ndaru Irwadi, 2019).

BPRS sebagai lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang jasa perbankan, meningkatkan jumlah nasabah hal yang harus dilakukan, selain melakukan promosi, menciptakan produk baru, menciptakan suatu kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan terhadap nasabah, bank juga harus memberikan kualitas layanan yang prima kepada nasabahnya umumnya nasabah mengharapkan layanan cepat dan optimal serta layanan yang efektif dan efisien (Hamdani Lupiyoadi, 2006).

Di Kecamatan Cimanggu pada tahun 2009 telah berdiri PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu yang beroperasi di Kecamatan Cimanggu dan masih beroperasi sampai saat ini, dengan

nasabah yang sudah mencapai 1.400 nasabah serta lokasinya yang sangat strategis berada di Jl. Raya Cimanggu Km. 8 (Komplek SPBU Cimanggu) yang memudahkan akses nasabah jika ingin datang ke PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

Jenis lembaga keuangan yang sangat bervariasi ini, yang ada di Kecamatan Cimanggu Kabupaten Cilacap tentunya menjadikan nasabah lebih selektif dalam menilai dan memilih jasa lembaga keuangan yang akan mereka gunakan. Hal tersebut menjadikan lembaga keuangan tersebut berlomba untuk memenangkan persaingan.

PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu terfokus untuk melayani Usaha Mikro dan Kecil yang menginginkan proses mudah, pelayanan cepat dan persyaratan ringan. PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu memiliki karyawan yang berfungsi sebagai armada antar jemput setoran dan penarikan tabungan atau deposito termasuk setoran angsuran pembiayaan atau biasa disebut dengan jemput bola. Pelayanan ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat Usaha Mikro Kecil yang cenderung tidak bisa meninggalkan usaha kesehariannya di pasar, toko atau rumah. Prinsip syariah dalam PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu diberlakukan untuk transaksi pendanaan seperti tabungan dan deposito maupun pembiayaan seperti pinjaman. PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu mengelola dana masyarakat dengan sistem bagi hasil. Dengan sistem bagi hasil, masyarakat penyimpan dana akan mendapatkan bagi hasil secara fluktuasi karena sangat bergantung kepada pendapatan yang diperoleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Untuk itu, perlu disepakati nisbah di awal transaksi (Bank Syariah Bumi Artha Sampang Cab. Kebumen, 2013).

Setiap tabungan maupun deposito yang disimpan di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu mendapat jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sepanjang sesuai ketentuan yang

berlaku, sehingga masyarakat akan tetap merasa aman untuk menyimpan dananya di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Dalam transaksi pembiayaan, PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu memberikan pembiayaan kepada nasabah untuk pembiayaan sektor ekonomi, seperti: sektor pertanian, industri, konstruksi, perdagangan, jasa dunia usaha, dan sektor lainnya. Dari sektor ekonomi tersebut dibagi menjadi berbagai jenis penggunaan dana, seperti: modal kerja, investasi, dan konsumsi. Produk penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan: prinsip jual beli (*murabahah*), prinsip sewa menyewa (*ijarah*), prinsip bagi hasil (*mudharabah, musyarakah*), prinsip kebajikan (*qardh*) (Bank Syariah Bumi Artha Sampang Cab. Kebumen, 2013).

Dalam persaingan dengan Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu memiliki strategi khusus yang berbeda dengan lembaga keuangan yang lain, dalam hal persaingan melalui pelayanan yang baik serta berkomunikasi dengan menggunakan bahasa keseharian yaitu bahasa sunda dengan nasabah yang tinggal di wilayah tersebut. Sehingga nasabah merasakan adanya hubungan kekeluargaan yang terjalin antara nasabah dengan karyawan, dan nasabah merasa puas dengan adanya pelayanan tersebut. Walaupun jumlah karyawan yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu hanya berjumlah 3 karyawan saja, tidak sebanding dengan jumlah karyawan di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto yang berjumlah 9 karyawan. Namun, tidak mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Karena itu memberikan pelayanan yang baik merupakan hak yang sangat penting bagi lembaga perbankan guna memberikan kebutuhan nasabahnya. Dengan memberikan pelayanan yang prima nasabah akan merasa puas terhadap PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyalitas terhadap bank ini dan selanjutnya nasabah akan menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasian kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu memiliki beberapa produk pembiayaan. Salah satunya yang paling banyak diminati oleh nasabah pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu adalah produk pembiayaan. Produk pembiayaan *murabahah* ini adalah produk pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah bil wakalah*. Produk pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu juga terdiri dari 3 macam yaitu pembiayaan *murabahah* investasi, pembiayaan *murabahah* modal kerja, dan pembiayaan *murabahah* konsumsi.

Jaminan yang dibutuhkan untuk melakukan pengajuan pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu juga beragam, antara lain dapat menggunakan sertifikat tanah atau SHM, BPKP kendaraan, bilyet deposito, tabungan, SK kepegawaian dan lain sebagainya. Serta perikatan pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu ini di notariskan agar hukumnya lebih kuat. Dengan keberagaman produk serta jaminan yang diperlukan untuk melakukan pembiayaan *murabahah* ini, maka memudahkan nasabah PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu apabila ingin melakukan pembiayaan *murabahah* dengan beragam kebutuhan yang diperlukannya.

Karena kemudahan syarat, jaminan serta proses pencairan pembiayaan yang cepat ini membuat nasabah akan merasa puas jika sistem

layanan yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu sesuai dengan yang diharapkan nasabahnya. Sebaliknya nasabah akan merasa kecewa jika sistem layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Ini akan menimbulkan loyalitas nasabah menurun, dan nasabah akan beralih ke BPRS atau lembaga keuangan lainnya, karena kepuasan nasabah menjadi faktor penting untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Maka dari itu, dari sejumlah 60 responden menyatakan kepuasannya dengan mengajukan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu lebih dari 3 -5 kali.

Dalam industri perbankan, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang prima. Strategi yang tepat dan akurat dalam kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing bila direncanakan dan diterapkan dengan tepat. Layanan yang berkualitas yaitu apabila layanan yang diberikan diterima dan telah sesuai dengan harapan nasabah (Riswandhi, 2014).

Hal pokok yang menjadi dasar dari kualitas layanan adalah indikator-indikatornya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan tanpa memandang jenis layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa, karena masalah kepuasan nasabah, kualitas layanan dan kualitas produk serta loyalitas nasabah telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di bank yang sama sehingga akan mewujudkan loyalitas nasabah (Riswandhi, 2014).

Loyalitas merupakan kesetiaan nasabah terhadap sebuah produk atau jasa yang sukses memenuhi harapan mereka. Loyalitas tidak dapat terbentuk sebelum adanya proses pembelian, karena loyalitas juga terbentuk karena adanya kualitas dan pengalaman dalam menggunakan produk atau jasa (Sanistasya, 2015). Menurut (Rahmana, 2008) Loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulannya yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

3. Komitmen

Komitmen merupakan unsur perilaku sebagai upaya mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang kedua belah pihak agar hubungan lebih bermakna.

4. Sikap Nasabah

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah baik secara konsekuen. Sikap ini dilakukan pelanggan berdasarkan pandangannya terhadap aktivitas perusahaan, keunggulan produk dan proses belajar baik dari pengalaman atau lainnya yang bisa menjadi sikap positif atau cenderung tidak peduli terhadap aktivitas perusahaan.

5. Citra Perbankan

Citra perbankan adalah respon pelanggan pada keseluruhan penawaran yang diberikan suatu perbankan dan didefinisikan sebagai jumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan pelanggan pada suatu organisasi perbankan.

6. Kualitas Layanan dan Produk Perbankan

Kualitas layanan atau produk adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga bersedia untuk melakukan transaksi secara berulang.

Menurut karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu (Roanah, 2020) mengatakan bahwa loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsi (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*) (Tahuman, 2016). Kualitas layanan dihasilkan oleh perusahaan, dan keberhasilan perusahaan ini ditentukan oleh banyak faktor antara lain faktor karyawan, sistem teknologi dan keterlibatan konsumen.

Pelayanan nasabah pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, yang diberikan oleh berbagai pihak yaitu *customer service* (CS) yang berperan sangat penting, tugas utamanya adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah dengan baik.

Selain itu pelayanan juga diberikan oleh *teller*. *Teller* lebih banyak berhubungan dengan nasabah dalam bidang penyetoran dan penarikan tunai, walaupun peran teller tidak sama dengan CS, teller juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabahnya. Daya tanggap dari seorang karyawan dalam merespon dan membantu konsumen untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap merupakan suatu alat pengukur sederhana dalam kualitas pelayanan yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Bukan saja mereka itu adalah ‘wajah’ organisasi, namun merekalah cerminan ‘jasa’ yang dipersepsikan nasabah (Wood, 2009). Serta kemampuan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata dengan keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan menanamkan kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu kualitas dari sebuah pelayanan yang baik. Sehingga apabila sebuah lembaga mempunyai kualitas layanan yang baik juga akan mempengaruhi kepuasan dari nasabah itu sendiri serta memunculkan sifat loyalitas nasabah tersebut sehingga mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang ditawarkan.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk pada konteks perbankan adalah seberapa baik produk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan manfaat bagi konsumen. Produk pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu merupakan produk andalan untuk kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah. Kualitas produk yang dicerminkan dalam kelengkapan rangkaian produk perbankan tentunya memungkinkan nasabah untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen pada satu bank, sehingga ada kecenderungan konsumen untuk tidak berpindah bank. Mayoritas nasabah yang mengajukan pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu merupakan pelaku usaha UMKM seperti toko kelontong, dan pedagang pasar yang membutuhkan tambahan biaya atas usaha yang dijalaninya.

Maka dari itu, produk murabahah paling banyak diminati oleh nasabah dan menimbulkan nasabah tersebut setelah selesai melunasi piutang murabahah, nasabah tersebut mengajukan pembiayaan lagi secara berulang.

c. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah sangatlah penting dalam membentuk citra dan sikap yang baik terhadap PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Pembentukan sikap yang baik diperlukan agar nasabah mempunyai kepuasan dan dapat terus dipertahankan, sebab persaingan di dunia perbankan semakin kompetitif sehingga pendekatan dari berbagai segi untuk menarik minat nasabah harus tetap dijalankan. Hal tersebut ditunjukkan dengan perilaku beberapa nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu yang menyatakan kepuasannya terhadap suatu produk pembiayaan atau jasa dengan melakukan pembelian produk tersebut secara berulang. Karena nasabah sudah merasa puas karena bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah, pelayanan yang diberikan baik dari pada yang diharapkan, maka dapat dipastikan tingkat kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dengan terciptanya tingkat kepuasan nasabah yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas nasabah.

Berikut data pertumbuhan nasabah pembiayaan *murabahah* PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Periode Tahun 2015-2018:

Tabel 1
Data Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan
Periode 2015 – 2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	124
2016	134
2017	138
2018	149

Sumber : PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu?
4. Apakah kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu
 - b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

- c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam bidang keilmuan perbankan syariah dan dapat menjadi literatur dalam bidang perbankan syariah, selanjutnya dapat berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya tentang pengaruh kualitas layanan, kualitas produk perbankan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk perbankan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

2) Bagi PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu sebagai bahan evaluasi dan saran yang nantinya dapat digunakan sebagai solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

3) Bagi Akademisi

- a) Sebagai bahan acuan mahasiswa untuk menambah wawasan dan literatur bagi para peneliti dalam bidang perbankan

syariah, terutama pengaruh kualitas layanan, kualitas produk perbankan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan untuk kemudian dilakukan penyempurnaan dalam bidang yang sama.

b) Sebagai pengetahuan agar mengetahui lebih mendalam tentang pengaruh pengaruh kualitas layanan, kualitas produk perbankan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan agar dapat digunakan sebagai bahan kajian, pijakan dan pertimbangan sebagai bahan referensi bagi yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, teori operasional, variabel, yang menjadi acuan dalam penelitian kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan uraian mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari hasil penelitian yang diperoleh.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka yang berkaitan dan yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh karena itu, pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Indiani, I Putu Ngurah Suyatna Yasa, Ni Wayan Sitiari, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 3 No 2 September 2016 yang mengangkat judul tentang “Peran Kualitas Layanan dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi lebih kuat oleh kualitas layanan dibandingkan kualitas produk, dan berlaku sebaliknya terhadap loyalitas. Ini menunjukkan bahwa aspek humanis dalam bentuk layanan berkualitas lebih berperan dalam memuaskan nasabah, sementara aspek rasional seperti kualitas produk lebih mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas, namun pengaruh tersebut bersifat parsial. Diduga terdapat faktor lain yang mampu menjelaskan hubungan tersebut, yaitu persepsi risiko dan *trust*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Pratama Putra, Jurnal JESTT Vol 1 No 9 September 2014 yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa kualitas layanan islami memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil lain menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini hasil sesuai dengan teori Othman dan Owen yang dapat digunakan CARTER mengukur kualitas layanan pada perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Riswandhi Ismail, Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol 10 No 2 September 2014 yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Enderwita, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol 1 No 3 September 2013 yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien sebesar 0,332, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien sebesar 0,445. Kualitas produk juga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien sebesar 0,542, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien sebesar 0,165. Hubungan secara langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,419 namun kontribusinya hanya 11,2% saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Laela Inarotul Hidayah, 2020. Mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Purwoketo yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”. Dalam skripsi tersebut menyimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel yang dioperasionalkan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah antara lain variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan taraf signifikansi 0,029, variabel

kualitas produk (X_2) dengan taraf signifikansi 0,017 dan variabel promosi produk (X_3) dengan taraf signifikansi 0,001, sehingga empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syairozi, 2016. Mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Salatiga yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang”. Dalam skripsi tersebut menyimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan besarnya nilai 0,467 lebih besar dari 5% atau 0,05 dengan nilai t_{test} menunjukkan angka 0,716. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,002 < 0,05$. Kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan besarnya nilai F_{test} sebesar 8,852 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,706. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Yuli Setiawan, 2015. Mahasiswa jurusan syariah dan ekonomi islam STAIN Salatiga yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo)”. Dalam skripsi tersebut menyimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian data didapatkan model regresi linier berganda $Y = 10.977 + 0.71.5 X_1 + 0.23.8 X_2 + 0.34.7 X_3$. Uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan. Dari uji F sebesar 3.790 yang mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel layanan, produk dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BMT Barokah Tegalrejo.

Tabel 2**Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ni Luh Putu Indiani, I Putu Ngurah Suyatna Yasa, Ni Wayan Sitiari, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 3 No 2. September 2016 “Peran Kualitas Layanan dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”	Terdapat dua variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap kepuasan terhadap loyalitas nasabah.	Tempat penelitian dan studi kasus yang akan dilakukan peneliti pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Terdapat variabel yang tidak ada di peneliti sebelumnya yaitu loyalitas nasabah pembiayaan.
2	Rizky Pratama Putra, Jurnal JESTT, Vol. 1 No. 9 September 2014 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya”	Terdapat satu variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan.	Lokasi penelitian dan terdapat penambahan variabel pengaruh kualitas produk dan kepuasan nasabah.
3	Riswandhi Ismail, Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol. 10 No. 2 September 2014 “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”	Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah.	Tempat penelitian dan studi kasus yang akan dilakukan peneliti pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.
4	Endarwita, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 1 No. 3	Terdapat dua variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas	Lokasi penelitian dan terdapat penambahan variabel yaitu pengaruh

	September 2013 “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat”.	produk, dan kualitas layanan.	kepuasan nasabah.
5	Laela Inarotul Hidayah (2020), “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bina Amanah Satria Kas Bumiayu”	Terdapat tiga variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.	Tempat penelitian dan terdapat perbedaan variabel terikatnya yaitu kepuasan nasabah.
6	Muhammad Syairozi (2016), “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumono Semarang”	Terdapat dua variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk.	Tempat penelitian dan terdapat perbedaan variabel terikatnya yaitu kepuasan nasabah dalam menabung.
7	Rahmat Yuli Setiawan (2015), “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo)”	Terdapat tiga variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.	Tempat penelitian dan Terdapat variabel yang tidak ada di peneliti sebelumnya yaitu loyalitas nasabah pembiayaan.

B. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berpikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-

teori yang mendukung permasalahan penelitian. Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian.

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas layanan yang diharapkan dan kualitas layanan yang diterima. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas layanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang sangat ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk (Setiawan M. , 2017).

Kualitas layanan digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan. Kualitas berfokus pada manfaat yang diciptakan bagi nasabah dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas layanan sangat mempengaruhi dalam menciptakan nilai bagi nasabah dan perusahaan, dengan memberikan pengalaman yang berkualitas secara lebih efisien agar dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan (Lovelock, 2010).

Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah berharap akan mendapatkan kualitas yang memuaskan dalam menabung pada sebuah bank. Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan sebuah bank adalah sebagai bentuk akhir berhasil atau tidak berhasilnya sebuah bank dalam memberikan pelayanan terbaik. Layanan yang berkualitas dapat diwujudkan

melalui aspek-aspek *reliability* (keandalan), *emphaty* (empati), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tangkap), dan *tangibles* (bukti langsung) untuk membangun kepuasan konsumen (Prabawati, 2016).

Setiap karyawan bank di tuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, mereka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, mereka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etika pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya (Kasmir, 2005).

b. Pelayanan dalam Pandangan Islam

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat Al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam satu surat Al-Maidah ayat 2:

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :”tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan.

Dalam salah satu haditsnya Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdullah “sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya” (Rafidah, 2014).

c. Pentingnya Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui layanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika layanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di bank yang sama sehingga mewujudkan adanya loyalitas (R Agustinus Anggoro Pribadi, 2007).

d. Dimensi Kualitas Layanan

Pelayanan yang cepat dan praktis menjadikan harapan setiap nasabah yang berhubungan dengan bank tersebut, sebab itu perlu memperhatikan faktor paling dominan dalam mempengaruhi nasabah agar merasa puas. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu jasa dan kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen meliputi lima dimensi layanan, yaitu:

1) *Tangibles* atau bukti fisik

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada para konsumen, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keberadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata

dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fisik gedung, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

Tangibles (wujud fisik) adalah kemunculan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi. Kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Penting bagi para pelaku lembaga keuangan syariah untuk menjalankan operasional perusahaannya dengan memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal berpakaian, berperilaku, atau beretika.

2) *Reliability* atau keandalan

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk *costumer* tanpa kesalahan sikap yang simpatik.

Reliability (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* atau ketanggapan

Yaitu sesuai kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan kemampuan yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Ketanggapan (daya tanggap) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Islam menganjurkan untuk bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyalah-menyalahkan amanat yang ditanggungnya.

4) *Assurance* atau jaminan

Yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan tersebut untuk menumbuhkan rasa percaya para *customer* kepada perusahaan. Dimana jaminan ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi dan keamanan, sopan santun dan kompetensi.

Assurance (jaminan) adalah pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Ini juga mencakup komunikasi lisan dan tertulis antara staf bank dan pelanggan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Dalam islam memberikan pelayanan harus bersikap lemah lembut.

Dalam pelayanan untuk nasabah, pegawai harus menjaga keramahtamahan dan kesopanan. Seringkali orang tertarik membeli suatu produk karena keramahtamahan yang diperlihatkan oleh penjualnya. Keramahtamahan ini terkait dengan sikap terhadap orang lain. Menjaga perbuatan dan sikap yang dapat menyakiti orang lain, termasuk menunjukkan wajah ceria di hadapan siapapun.

وَقَالَ أَبُو هُرَيْرَةَ: عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْكَلِمَةُ الطَّيِّبَةُ صَدَقَةٌ

“*Abu Hurairah* berkata dari Nabi SAW, “*Kalimat yang baik adalah sedekah.*”

5) *Empathy* atau kepedulian

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan para konsumennya.

Emphaty (kepedulian) adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini mengharapkan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. (Fitriani, Kiki Nurul, 2018).

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut (Hidayat, 2009).

b. Pentingnya Kualitas Produk

Pentingnya kualitas produk dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada nasabah yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan (Nasution, 2005).

c. Dimensi Kualitas Produk

Untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui empat dimensi sebagai berikut:

1) *Performance* atau kinerja

Hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

2) *Features* atau keistimewaan tambahan

Yaitu aspek reformasi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan gambarnya.

3) *Reliability* atau kehandalan

Yaitu hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

4) *Durability* atau daya tahan

Yaitu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang (Prasetya, 2020).

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi individu nasabah mengenai kinerja dari suatu produk atau jasa dan hubungannya dengan ekspektasi mereka. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah memiliki hubungan dengan perilaku nasabah dan mengidentifikasi beberapa tipe nasabah. Di sisi positif, nasabah yang merasa sangat puas akan mempertahankan pembelian, mereka akan mendapatkan pengalaman yang melebihi ekspektasinya dan mereka akan memberikan rekomendasi yang sangat positif tentang perusahaan kepada orang lain. Namun di sisi negatifnya, nasabah yang merasa biasa saja atau bahkan tidak puas akan berhenti melakukan pembelian kepada perusahaan, lebih jauh lagi mereka

akan memberikan rekomendasi yang buruk tentang perusahaan kepada orang lain (Setiawan M. , 2017).

Kepuasan nasabah merupakan hasil evaluasi akhir dari seorang nasabah terhadap suatu produk perbankan dengan cara membandingkan produk tersebut dengan produk sejenis dari bank pesaing, apakah produk yang diterimanya sesuai dengan harapannya. Kepuasan nasabah saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan meningkatkan reputasi pemberi jasa. (Prasetyo, 2012).

Kepuasan nasabah akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapannya. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja di bawah harapan, nasabah tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah puas. Jika kinerja melampaui harapan, maka nasabah akan sangat puas, senang atau bahagia (Sumarni Murti, 2002).

b. Cara Memantau Kepuasan Nasabah

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan. Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah tersebut adalah:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Bank harus menyediakan kotak saran ditempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi.

2) Survei Kepuasan Nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan nasabah. Bank yang *responsive* mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga, menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan kinerja pesaing.

3) Pembelanja Hantu (*Ghost Shopper*)

Bank dapat mengirimkan petugas untuk berpura-pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

4) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi (*Lost Customer Analysis*)

Apabila bank kehilangan nasabah maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Caranya bank selain melakukan wawancara, bank juga perlu memantau tingkat kehilangan nasabah, apabila meningkat berarti bank gagal dalam memelihara kepuasan nasabah (Daryanto, 2014).

c. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Nasabah

Berdasarkan literatur, terdapat lima *driver* utama kepuasan nasabah, yaitu:

1) Kualitas Produk

Nasabah akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

1) Harga

Untuk nasabah yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi nasabah yang tidak sensitif harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

2) Kualitas Pelayanan (*service quality*)

Kualitas pelayanan tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini yang memegang kontribusi sebesar

70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan yang mudah. Pembenahan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.

3) Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional tempat yang paling penting untuk menentukan kepuasan nasabah. Rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan nasabah.

4) Biaya dan Kemudahan

Nasabah akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran driver pendorong kepuasan nasabah tentunya tidak sama antara driver yang lain, masing-masing driver memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari nasabah yang dimilikinya (Fetria Eka Yudiana, Joko Setyono, 2016).

d. Dimensi Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah menurut (Tjiptono, Fandy, 2000), yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

e. Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank syariah akan berpengaruh terhadap profitabilitas, selain itu kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai macam manfaat (Mastura, 2018) diantaranya:

- 1) Terbangunnya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank syariah
- 2) Loyalitas nasabah terhadap bank syariah dapat tercipta
- 3) Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka nasabah dengan sendirinya akan melakukan promosi kepada orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah tersebut (*word of mouth*)
- 4) Terjadinya pembelian ulang, di dalam bank syariah nasabah akan mengulang lagi pembelian produknya, artinya pelayanan yang diberikan oleh nasabah bank syariah memuaskan sehingga nasabah membeli kembali produk yang ditawarkan secara berulang-ulang
- 5) Nasabah akan membeli produk lain di bank syariah tersebut, sehingga pembelian produk (barang atau jasa) oleh nasabah semakin beragam dan suatu bank.

4. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut.

Loyalitas nasabah merujuk kepada komitmen seseorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam jangka waktu tertentu. Seorang nasabah yang loyal akan (a) *repeat* yaitu melakukan pembelian ulang, (b) *retention* yaitu tidak terpengaruh oleh barang atau jasa yang ditawarkan oleh bank lain, dan (c) *refferal* yaitu memberitahukan hal-hal yang positif kepada pihak lain.

Dalam bisnis yang mengandalkan jasa seperti perbankan, loyalitas merupakan kata kunci untuk memenangkan persaingan. Nasabah yang loyal akan berkomitmen untuk hanya menggunakan satu bank apapun menolak tawaran yang diberikan oleh pesaing. Lebih jauh Oliver (1997)

menyatakan bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen yang kuat dari nasabah untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang (Soegeng Wahyoedi, 2019).

b. Pentingnya Loyalitas Nasabah

Apabila suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang barang atau jasa dan memiliki nasabah yang loyal maka dapat memberikan beberapa keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Dapat mengurangi biaya pemasaran
- 2) Dapat mengurangi biaya transaksi
- 3) Dapat meningkatkan penjualan silang, yang dapat meningkatkan pangsa pasar perusahaan
- 4) Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen
- 5) Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa nasabah yang loyal berarti mereka yang merasa puas
- 6) Dapat mengurangi biaya kegagalan (biaya penggantian, dan lain-lain) (Fergiawan, 2016).

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Pada penjelasan tentang pengertian loyalitas nasabah dikatakan bahwa seorang nasabah yang loyal akan tetap setia untuk menggunakan (mengkonsumsi) merek suatu produk yang ia percayai yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Ia tidak akan mudah beralih ke merek lain kecuali merek tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih. Indikator pengukuran loyalitas nasabah sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian secara berulang
- b. Mereferensikan kepada orang lain
- c. Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain

d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (Fergiawan, 2016).

5. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan. (Ismail, 2011).

Menurut Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Didalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum islam (Ismail, 2011).

b. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan

akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonominya

- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan
- 3) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- 1) Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi. yaitu menghasilkan laba usaha
- 2) Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul
- 3) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan sehingga dapat menjadi jembatan dalam menyeimbangkan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana (Muhammad, 2014).

c. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya:

- 1) Meningkatkan daya guna uang
- 2) Meningkatkan daya guna barang
- 3) Meningkatkan peredaran uang
- 4) Menimbulkan semangat berusaha
- 5) Stabilitas ekonomi
- 6) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional
- 7) Sebagai alat hubungan ekonomi internasional (Setyani, 2018).

d. Jenis - jenis Pembiayaan

Sesuai dengan akad pengembangan produk, maka bank islam memiliki banyak jenis pembiayaan. Jenis-jenis pembiayaan. diantaranya sebagai berikut:

1) *Murabahah* (jual beli)

Murabahah adalah jenis pembiayaan untuk transaksi jual beli barang di mana pihak penjual (bank) dan pembeli (nasabah) masing-masing mengetahui harga pokoknya dan tambahan keuntungan atau margin sesuai dengan kesepakatan serta sistem pembayaran dilakukan secara tangguh atau angsuran.

2) *Musyarakah* (Kerjasama Permodalan)

Musyarakah adalah kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung sesuai dengan kesepakatan dimuka.

3) *Mudharabah*

Mudharabah adalah kerjasama usaha antara dua pihak yaitu pihak pemilik dana (bank) dengan pihak pengelola usaha (nasabah). Pembagian keuntungan (bagi hasil) sesuai dengan nisbah atau porsi bagi hasil yang telah disepakati.

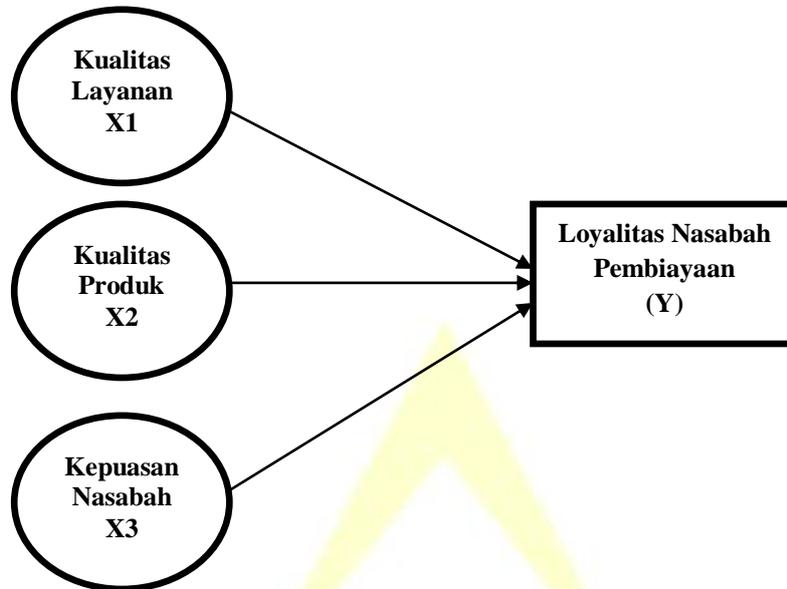
4) *Qard*

Qard adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Pinjaman *qard* diberikan kepada golongan yang kurang mampu dengan penghasilan di bawah Rp 50.000,- per hari (BPRS Bumi Artha Sampang, 2016).

C. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, maka perlu adanya pemikiran yang melandasi masalah yang bertujuan untuk menemukan, dan mengkaji kebenaran dalam suatu penelitian. Kerangka berfikir yang dapat digambar adalah sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Bank merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan sektor perbankan. Perkembangan dunia yang pesat saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk perbankan yang beraneka ragam dan berkualitas. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa perbankan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya (Dedi Setiawan dan Erni Masdupi).

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas layanan yang sesuai dan dikehendaki oleh nasabah sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Dalam industri perbankan, kualitas produk yang di ukur adalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa, karena masalah kepuasan nasabah, kualitas layanan dan kualitas produk serta loyalitas telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya (Riswandhi, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riswandhi Ismail (Jurnal Organisasi dan Manajemen, 2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Prediktor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah sebagai prediktor dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Sehingga model kerangka berfikir diatas menjelaskan bahwa variabel X yaitu kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah berpengaruh pada variabel Y loyalitas nasabah pembiayaan.

D. Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan kepuasan nasabah dengan menjadikan nasabah sebagai fokus utamanya. Lebih lanjut dalam memuaskan nasabah, upaya untuk meningkatkan kualitas layanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran wujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), ketanggapan (*responsiveness*). Loyalitas nasabah adalah fungsi dari kepuasan nasabah, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Nasabah yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk dan jasa yang diberikan (Ningsih, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Prediktor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah” menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal pokok yang menjadi dasar kualitas layanan adalah indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan tanpa memandang jenis layanan dan secara teoritis kualitas layanan mempunyai hubungan yang kuat terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan nasabah. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan nasabah setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Dalam menunjukkan produk yang dimiliki, bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui produk-produk yang ditawarkan (Hidayat, 2009). Loyalitas nasabah adalah fungsi dari kepuasan nasabah, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Nasabah yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk jasa yang diberikan (Ningsih, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Yuli Setiawan (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo)” menyimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif sebesar 34,7 terhadap loyalitas nasabah khususnya BMT Barokah Tegalrejo, hal ini dikarenakan nasabah lebih menyukai produk-produk yang menggunakan sistem bagi hasil.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Kepuasan yang lebih besar berarti bahwa lebih sedikit keluhan nasabah dan lebih tingginya loyalitas. Bila seorang nasabah yang pernah menunjukkan sikap loyal pada akhirnya tidak merasakan kepuasan lagi, maka nasabah akan memberikan respon dan tindakan negatif atas pelayanan dan produk yang diberikan (Sutisna, 2016). Loyalitas nasabah adalah fungsi dari kepuasan nasabah, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Nasabah yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk jasa yang diberikan (Ningsih, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ria Octavia (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index pada PT. Bank Index Kantor Cabang Lampung” menyimpulkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah di Bank Index Kantor Cabang Lampung maka semakin meningkat tingkat loyalitas nasabah di Bank Index Kantor Cabang Lampung.

E. Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan yang diperoleh dari tinjauan pustaka. (Martono, 2011)

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H_0 : Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
 H_1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
2. H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
 H_2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
3. H_0 : Kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
 H_3 : Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
4. H_0 : Kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan
 H_4 : Kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan.

F. Landasan Teologis

Dalam perspektif islam, kepuasan sering kali dikaitkan dengan kerelaan atau perasaan ridho atas sesuatu yang diterima atau dirasakan. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Berdasarkan dalil tersebut, dapat diidentifikasi bahwa untuk menciptakan kepuasan nasabah dalam perspektif islam, diperlukan adanya keadilan dan kejujuran serta mendasarkan aktivitas perniagaan atas dasar suka sama suka atau saling ridho sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lainnya (Fitriani, 2018).

IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang berupa angka. Data-data tersebut diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, untuk kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah (Martono, 2011). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian primer karena peneliti secara langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh data dari nasabah PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan. Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian (Supardi, 2005).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan. Data primer ini selanjutnya akan diajukan sebagai data input untuk penelitian hipotesis (Sugiyono, 2002).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh penulis. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, skripsi, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan, dan informasi dokumen lain yang dapat diambil melalui sistem *online (internet)* atau majalah-majalah perekonomian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu pada tanggal 5 Juni 2020 – 31 Agustus 2020 yang beralamat di Jalan Raya Cimanggu Km. 8 (Komplek SPBU Cimanggu) Telp. 0280-6261122.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis, kemudian ditarik kesimpulan oleh peneliti (Arba'ati, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu pada periode 2018 yang berjumlah 149 nasabah pembiayaan.

2. Sampel

Sampel adalah objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi. Hal ini bertujuan untuk menghemat waktu dan biaya. Penentuan sampel harus hati-hati karena kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan dari populasi (Arba'ati, 2016).

Karena populasi jumlah nasabah pembiayaan sudah diketahui peneliti, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan sampel (sampling error), menggunakan e = (0,1)

Jadi, untuk ukuran sampel penelitian ini dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N (10\%)^2}$$

$$n = \frac{149}{1 + 149 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{149}{1 + 149 (0,01)}$$

$$n = \frac{149}{1 + 1,49}$$

$$n = \frac{149}{2,49}$$

$$n = 59,839$$

dibulatkan menjadi 60 nasabah.

Diperoleh jumlah sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 nasabah dari 149 nasabah pembiayaan pada periode 2018 di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif yang dapat berubah-ubah nilainya (Siregar, 2014).

Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain (Martono, 2011). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel bebas yaitu:

a. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk

menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan (Nazarudin Aziz, Yosep Eka Putra, 2019).

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni, 2016).

c. Kepuasan Nasabah (X3)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Dedi Setiawan dan Erni Masdupi).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh variabel bebas (Martono, 2011). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel terikat adalah loyalitas nasabah pembiayaan.

a. Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Hurriyati, 2015).

Tabel 3
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Konsep	Indikator
1.	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas layanan merupakan faktor penentu persepsi nasabah terhadap keberadaan suatu bank, yaitu apakah layanan yang diterima akan dirasakan oleh nasabah akan	1) <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 2) <i>Reliability</i> (Keandalan) 3) <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 4) <i>Assurance</i> (Jaminan dan

		sama dengan yang mereka harapkan, mungkin lebih baik atau bahkan lebih buruk. Indikator kualitas layanan menurut (Hardiansyah, 2011)	Kepastian) 5) <i>Emphaty</i> (Empati)
2.	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, 2001).	1) Kinerja (<i>Performance</i>) 2) Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>) 3) Keandalan (<i>Reliability</i>) 4) Daya tahan (<i>Durability</i>)
3.	Kepuasan Nasabah (X3)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Dedi Setiawan dan Erni Masdupi).	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Kesiediaan merekomendasikan
4.	Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y)	Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Hurriyati, 2015)	1) <i>Repeat Purchase</i> (Pembelian berulang) 2) <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan) 3) <i>Referalls</i> (Mereferensikan eksistensi perusahaan)

E. Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

data. Prosedur pengumpulan data juga diartikan sebagai suatu usaha untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu (Yulistiani, 2020). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dari responden yaitu mencari dan mengembangkan hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah berdasarkan pengetahuan, keyakinan dan pengalaman pribadi (Zaky, 2013). Bentuk wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, gambar, brosur dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar. Wawancara dilakukan kepada karyawan PT.BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. (Sugiyono, 2002).

2. Kuesioner (angket)

Teknik ini digunakan untuk mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan responden. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Husein, 2011). Data yang diperoleh dari kuesioner ini adalah data yang berupa karakteristik

responden, meliputi: nama, jenis kelamin, dan usia serta data-data lain yang berupa penilaian nasabah terhadap kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), kepuasan nasabah (X3) dan loyalitas nasabah pembiayaan (Y1). Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan lima alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Responden juga diminta untuk memilih salah satu jawaban dengan cara memberi tanda atau simbol. Data ini langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Interval skala *likert* tersebut digunakan untuk menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut:

Tabel 4
Interval Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Engkos, 2007)

3. Dokumentasi

Yaitu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian yang berasal dari data yang berbentuk arsip (dokumen), karena dokumen merupakan sumber data yang berupa bahasa tertulis, foto, atau dokumen elektronik (Zaky, 2013).

F. Analisis Data Penelitian

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. Koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner tersebut handal atau reliabel. Yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $>$ 0,60 merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut handal atau reliabel (Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni, 2016).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang jika digambarkan akan membentuk

lonceng (*bell-shaped curve*). Uji Normalitas dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistik.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (*independent*). Salah satu cara untuk mengukur multikolinearitas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF) dan besaran *Tolerance*, jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 10 maka model regresi bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi uji heterokedasitas dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model dan melakukan *Uji Glesjer*.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu berhubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel *dependent* (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel *independent* berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Nasabah

X_1 = Layanan

X_2 = Produk

X_3 = Kepuasan

$e = Error$ (Setiawan R. Y., 2015)

Untuk menguji apakah variabel *independent* mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*, maka diperlukan uji koefisien. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah. Sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah pembiayaan. Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel *independent* (variabel bebas atau X) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat atau Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Rumus t hitung pada analisis regresi linier berganda adalah:

$$t = \frac{r \sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah data atau kasus

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *dependent* atau tidak.

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

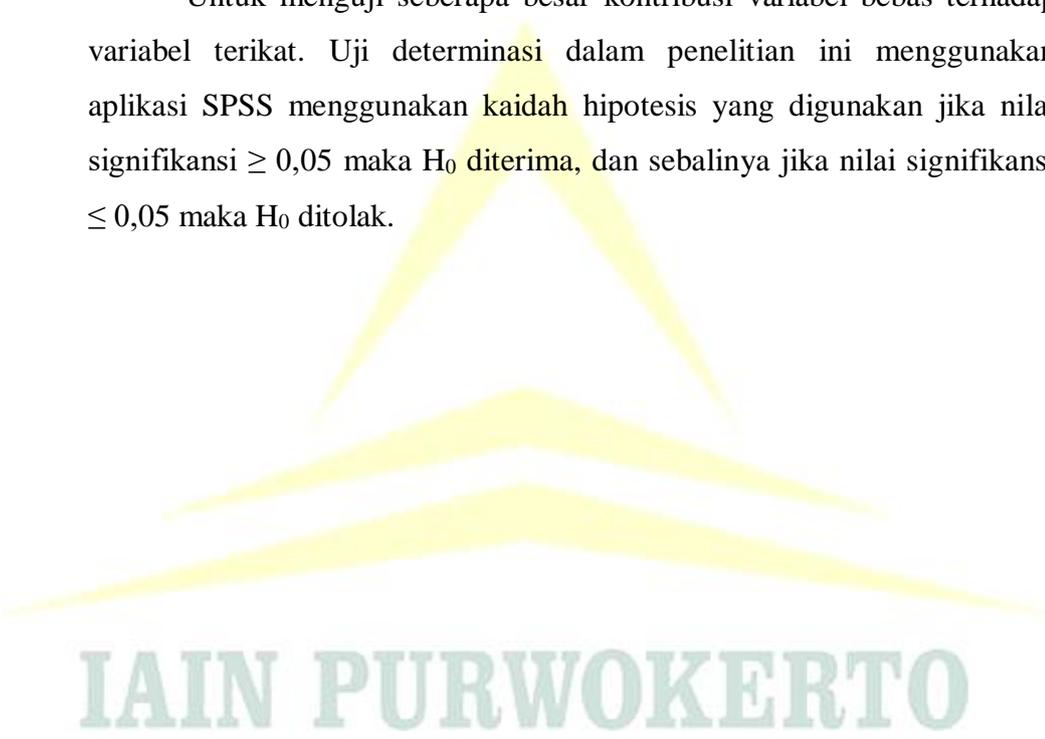
R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel *independent*

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menguji seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji determinasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS menggunakan kaidah hipotesis yang digunakan jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, dan sebaliknya jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.



IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah berdirinya PT. BPRS Bumi Artha Sampang

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Bumi Artha Sampang berada di Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang-Cilacap, lebih jelasnya terletak tepat

di depan Pasar Tradisional Sampang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. PT. BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) saat ini memiliki satu kantor cabang yang terletak di Jl. Pemuda No. 30 Kebumen dan tiga kantor kas yang masing-masing terletak di Jl. Ahmad Yani No. 60 Sidareja dan Jl. Ahmad Yani Cipari serta Jl Raya Cimanggu Km. 8 Cimanggu. PT. BPRS BAS juga sedang merintis kantor cabang baru yang terletak di Jl. Kalibener No.14 Purwokerto.

Perintisan BPRS Bumi Artha Sampang di mulai sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan. H. Kholipan mengutarakan keinginannya kepada Buyar Winarso yang merupakan relasi bisnisnya. Oleh Buyar Winarso, H. Kholipan dipertemukan dengan Soedjito yang berdomisili di Yogyakarta.

Proposal kelayakan pendirian PT. BPRS Bank Bumi Artha Sampang disiapkan dan diselesaikan oleh Soedjito. Pada awalnya proposal pendirian merupakan proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat konvensional, akan tetapi karena ketertarikan H. Kholipan kepada perbankan syari'ah, maka proposal diubah menjadi proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah dengan nama PT. BPRS Bumi Artha Sampang.

PT. BPRS Bumi Artha Sampang resmi berdiri berdasarkan Akta Pendirian No. 06 tanggal 6 September 2006, dihadapan Naimah, S.H, M.H., yang merupakan notaris di Cilacap dan dengan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM No. W9.00204 HT : 01.01.Th

2006 tertanggal 12 Desember 2006, serta berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 9/24/Kep-GBI uni 2007 tentang pemberian ijin usaha perbankan di Indonesia.

Adapun susunan organisasi pada awal berdiri PT. BPRS Bum Artha Sampang terdiri dari Sodjito sebagai Komisaris Utama dan Sudarno, B.Sc. sebagai Komisaris. Direktur Utamanya adalah Rr. Ginding Kumaladewi, S.H. dengan anggota direktur Muhammad Jamal, S.E. Sedangkan Dewan Pengawas Syariah Drs. ZaenalMa'rufin, MBA., dan Ahmad Budiman, S.H.I., M.S.I.

PT BPRS Bumi Artha Sampang adalah perbankan pembiayaan rakyat syariah yang beridiri pada 5 Juli 2007. Selain merangkul pasar umum, BPRS juga mendekatkan diri pada sektor konstruksi yakni anggota asosiasi kontraktor.

Dirut BPRS Bumi Artha Sampang, Kuart Sugianto mengatakan sebagai proyek percontohan maka dibukalah kantor pelayanan Kas (kantor Kas) yang ada di Cilacap, tepatnya di kompleks gedung GAPENSI. "Sejarah kantor kas di Cilacap ini sebagian besar karena adanya dorongan dari para mitra yang sebelumnya telah menjadi rekanan kerjasama yang banyak beralamat di wilayah Kota Cilacap. Di samping itu karena Kota Cilacap adalah kota Industri yang banyak terdapat perusahaan industri besar baik tingkat regional maupun nasional," katanya.

Dia mengatakan, Kota Cilacap ke depannya juga sedang mengembangkan Pelabuhan Alam yang berpotensi sebagai pelabuhan nasional yang merupakan jalur pengiriman barang nasional. Sehingga banyak terdapat asosiasi perusahaan kontaktor dan penyedia transportasi pengangkutan barang yang merupakan potensi besar dalam perputaran keuangan di wilayah Cilacap.

Dia mengatakan, sebagian besar mitra tersebut adalah kontraktor yang bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun swasta yang ternama, yang menerima langsung

Surat Perintah Kerja (SPK) seperti pekerjaan pengadaan barang dan juga pengerjaan proyek. Adapun untuk porsi pembiayaan dengan sistem SPK ini, PT BPRS Bumi Artha Sampang menggunakan akad Perjanjian *Al-Musyarakah* dan Atau *Al- Mudharabah*, ataupun Piutang *Al-Murabahah*.

Akad-akad perjanjian ini diterapkan sesuai dengan kondisi jenis SPK dan perputaran Kas dari perusahaan yang menerima SPK tersenut. “Disinilah petugas dari PT BPRS Bumi Artha Sampang harus dapat menjelaskan sistem berjalannya pembiayaan atau piutang di Perbankan Syariah secara umum kepada calon mitra usaha. Sehingga petugas dari Bank Syariah secara umum bisa lebih mengenalkan mengenai produk-produk perbankan syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional” (BPRS Bumi Artha Sampang, 2016).

- Tujuan

Pendirian PT. BPRS Bumi Artha Sampang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan mengutamakan prinsip dan system syariah. Sasaran utamanya adalah peningkatan penyediaan modal usaha bagi perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dijalani masyarakat.

- Visi Dan Misi

Visi

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berdasarkan Prinsip Syariah.

Misi

1. Memberikan layanan prima berdasarkan prinsip syariah.
2. Menerapkan konsep Ta’awun yang berkeadilan.
3. Menciptakan hubungan yang seimbang, transparan, dan saling menguntungkan.

- Motto

Amanah, Adil, dan Transparan.

- Etos Kerja

Menuju hari esok yang lebih baik dan lebih syariah.

- Kelembagaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang

Nama : PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang

Identitas :

1) Kantor Pusat :

Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang-Cilacap 53273 Telp (0281) 697616

2) Kantor Cabang Kebumen :

Jl. Pemuda No. 32 Kebumen Telp. (0287) 384428

3) Kantor Cabang Purwokerto Banyumas :

Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto Banyumas Telp. (0281) 641028

4) Kantor Cabang Sidareja

Jl. Ahmad Yani No. 60 Telp. (0280) 523263

5) Kantor Kas Cipari

Jl. Ahmad Yani Cipari Telp. (0280) 6226069

6) Kantor Kas Cimanggu

Jl. Raya Cimanggu Km 8 Cimanggu Telp (0280) 6261122
Komplek SPBU Cimanggu

7) Kantor Kas Cilacap

Jl. Tentara Pelajar No. 42 Cilacap (0280) 5561351

2. Produk-Produk PT BPRS Bumi Artha Sampang

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan

a) Tabungan *Wadi'ah*

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindah bukuan lainnya, tabungan ini penabung mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya sesuai ketentuan bank.

Syarat pembukaan tabungan:

- Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- Mengisi formulir aplikasi tabungan *wadi'ah*
- Setoran pertama minimal Rp 10.000

b) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan adalah sejenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah dan penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu. Tabungan ini bersifat inventasi, sehingga nasabah berhak mendapatkan bagi bagi hasil sesuai dengan nasabah atau posisi yang di sepakati.

Jenis Tabungan *Mudharabah*

i) *Mudharabah* Umum

Syarat pembukaan tabungan:

- Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar).
- Mengisi formulir aplikasi tabungan *mudharabah*.
- Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp 10.000)
- Penarikan dana dibatasi 4x perbulan.

ii) *Mudharabah* Badan

- Fotocopy legilitas identitas perusahaan.
- Mengisi formulir aplikasi tabungan *Mudharabah* Badan.
- Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp 10.000)**.
- Penarikan dana di batasi 4x perbulan.

iii) Tabungan *Mudharabah* Haji atau Umroh

- Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar).

- Mengisi formulir aplikasi tabungan mudharabah haji atau umroh.
- Setoran pertama minimal Rp 10.000 (setoran selanjutnya minimal Rp 100.000)**.
- Penarikan dana di sertai keterangan yang mendukung.

iv) Tabungan *Mudharabah* Qurban

- Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar).
- Mengisi formulir aplikasi tabungan *mudharabah* qurban.
- Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp 50.000).

c). Deposito *Mudharabah*

Adalah jenis simpanan berjangka dengan akad bago hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan di berlakukansama dengan baru. Bila pada saat akad telah dicantumkan perpanjangan otomatis tidak perlu di perbaharui akad baru. Jangka waktu yang berlaku adalah 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan.

- Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar).
- Mengisi formulir aplikasi DEPOSITO *MUDHARABAH*,
- Minimal investasi Rp 1.000.000.

b. Produk Penyaluran Dana

Penyaluran dana Bank Syariah kepada nasabah adalah untuk pembiayaan sektor ekonomi, seperti: sektor pertanian, industri, kontruksi, perdagangan, jasa dana dunia usaha, dab sektor lainnya. Dari sektor ekonomi tersebut dibagi menjadi berbagai jenis penggunaan dana, seperti: modal kerja, investasi, konsumsi.

1) Piutang *Murabahah* (Jual Beli)

Adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu. Barang yang di jual merupakan barang yang sesuai dengan ketentuan syarat islam.

2) Pembiayaan *Mudharabah*

Adalah akad kerjasama antara bank selaku dana (shahib al maal) dengan nasabah selaku mudharib yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati.

3) Pembiayaan *Musyarakah* (Kerjasama Permodalan)

Adalah kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak memberi kontribusi modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung sesuai dengan kesepakatan dimuka.

4) *Qardh*

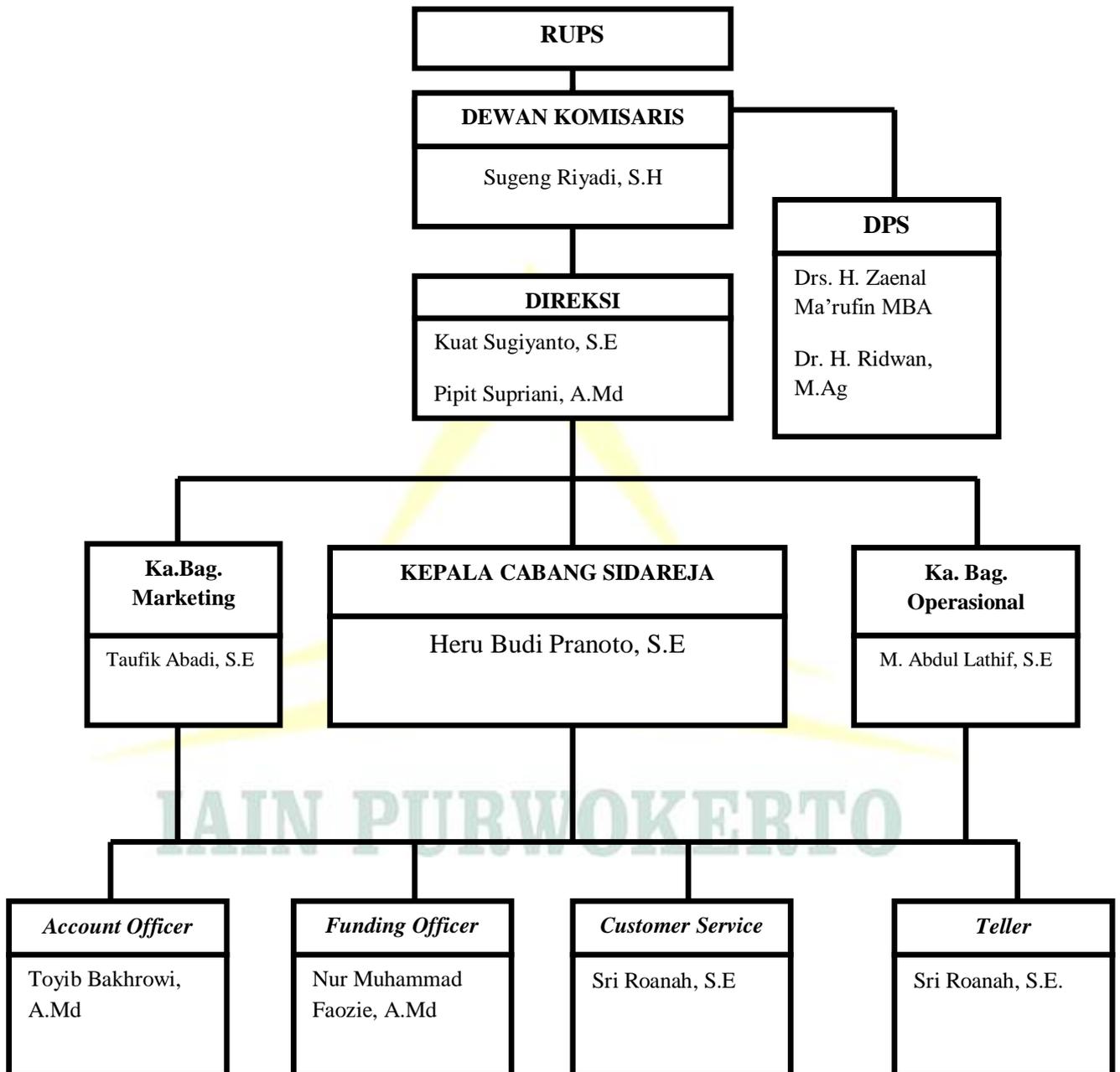
Adalah salah satu sekema peminjaman uang dari Bank Syariah kepada calon nasabah, tanpa dikenal tambahan dalam hal ini Bank Syariah mempunyai nilai sosial kemanusiaan.

Syarat-syarat umum pengajuan pembiayaan:

- Fotocopy KTP suami istri.
- Fotocopy kartu keluarga.
- Fotocopy buku nikah
- Fotocopy berkas keterangan mengenai usaha.
- Fotocopy dan asli berkas Anggunan (Prabowo, 2019).

3. Struktur Organisasi PT BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Gambar 2
Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang
Kantor Kas Cimanggu



Sumber : Dokumen PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

Untuk struktur organisasi yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu masih mengikuti kantor cabang sidareja dan koordinasinya juga dari kantor pusat. Dan untuk kantor kas cimanggu cilacap ada 4 bagian untuk bidang perkerjaannya yaitu *account officer*, *funding officer*, *customer service*, dan *teller*.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi responden berguna untuk memberikan gambaran terkait karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi penelitian meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, alamat, lama menjadi nasabah, dan sudah mengajukan pembiayaan sampai beberapa kali. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dan saampelyang ditarik berjumlah 60 responden. Berikut ini data yang telah diperoleh:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Pria	34	56,67%
Wanita	26	43,33%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden terbanyak berjenis kelamin pria berjumlah 34 responden atau sebesar 56,67% sedangkan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 26 responden atau sebesar 43,33%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
18-25 Tahun	1	1,67%
26-50 Tahun	35	58,33%
> 50 Tahun	24	40%
Total	60	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden yang berusia 18-25 tahun berjumlah 1 responden atau sebesar 1,67% responden yang berusia 26-50 tahun berjumlah 35 responden atau sebesar 58,33% dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 24 responden atau sebesar 40%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keterangan	Jumlah	Presentase
SD	30	50%
SMP	2	3,33%
SMA	20	33,34%
S1	8	13,33%
Total	60	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden yang berpendidikan SD berjumlah 30 responden atau sebesar 50% responden yang berpendidikan SMP berjumlah 2 responden atau sebesar 3,33% responden yang berpendidikan SMA berjumlah 20 responden atau sebesar 33,34% dan responden yang berpendidikan S1 berjumlah 8 responden atau sebesar 13,33%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Presentase
Guru/PNS	6	10%
Petani/Buruh	15	25%
Wiraswasta	7	11,67%
Karyawan Swasta	16	26,66%
Ibu Rumah Tangga	11	18,33%
Pedagang	4	6,67%
Penjahit	1	1,67%
Total	60	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden yang bekerja sebagai guru/PNS berjumlah 6 responden atau sebesar 10% responden, yang bekerja sebagai petani/buruh berjumlah 15 responden atau sebesar 25%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 7 responden atau sebesar 11,67%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 16 responden atau sebesar 26,66%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga berjumlah 11 responden atau sebesar 18,33%, responden yang bekerja sebagai

pedagang berjumlah 4 responden atau sebesar 6,67% dan responden yang bekerja sebagai penjahit berjumlah 1 responden atau sebesar 1,67%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Keterangan	Jumlah	Presentase
3 Tahun	6	10%
4 Tahun	7	11,67%
5 Tahun	6	10%
6 Tahun	8	13,33%
7 Tahun	5	8,33%
8 Tahun	6	10%
9 Tahun	22	36,67%
Total	60	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden yang sudah menjadi nasabah selama 3 tahun berjumlah 6 responden atau sebesar 10%, responden yang sudah menjadi nasabah selama 4 tahun berjumlah 7 responden atau sebesar 11,67%, responden yang sudah menjadi nasabah selama 5 tahun berjumlah 6 responden atau sebesar 10%, responden yang sudah menjadi nasabah selama 6 tahun berjumlah 8 responden atau sebesar 13,33%, responden yang sudah menjadi nasabah selama 7 tahun berjumlah 5 responden atau sebesar 8,33%, responden yang sudah menjadi nasabah selama 8 tahun berjumlah 6 responden atau sebesar 10%, dan responden yang sudah menjadi nasabah selama 9 tahun berjumlah 22 responden atau

sebesar 36,67%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembiayaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun mengenai karakteristik responden berdasarkan jumlah pembiayaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembiayaan

Keterangan	Jumlah	Presentase
3 Kali	37	61,67%
4 Kali	16	26,66%
5 Kali	7	11,67%
Total	60	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa responden yang sudah mengajukan pembiayaan sebanyak 3 kali berjumlah 37 responden atau sebesar 61,67%, responden yang sudah mengajukan pembiayaan sebanyak 4 kali berjumlah 16 responden atau sebesar 26,66%, dan responden yang mengajukan pembiayaan sebanyak 5 kali berjumlah 7 responden atau sebesar 11,67%. Seluruh responden didapat dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada seluruh responden yang berjumlah 60 nasabah pembiayaan. Hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 11.

C. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan akan dilihat pada masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil tanggapan responden berdasarkan kuesioner yang disebar.

a. Variabel *Independent* (Variabel bebas)

Tabel 11
Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu berpenampilan bersih, rapi dan sopan	0	0	3	19	38	60
2	Karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu melayani dengan cepat, baik dan teliti sesuai harapan nasabah	0	0	0	33	27	60
3	Karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu mengucapkan salam dan terimakasih saat melayani nasabah	0	0	0	29	31	60
4	Karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu tanggap terhadap keluhan nasabah	0	0	1	30	29	60
5	Dalam setiap transaksi yang sedang dilakukan, karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK	0	0	4	23	33	60

	Cimanggu mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah						
6	Karyawan PT.BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu peduli kepada setiap nasabah	0	0	2	19	39	60

Tabel 12
Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Pelaksanaan pembiayaan sesuai dengan prosedur yang telah disepakati antara PT.BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu dengan nasabah	0	0	13	35	12	60
2	Produk yang ada di PT.BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu bebas dari unsur riba	0	0	19	40	1	60
3	Kemudahan dalam syarat dan proses pengajuan penggunaan produk yang cepat	0	0	17	40	3	60

Tabel 13
Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Layanan yang diberikan karyawan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu sesuai harapan nasabah	0	0	0	39	21	60
2	Saya merasa puas atas produk yang ditawarkan PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu	0	0	26	33	1	60
3	Saya merasa puas atas pelayanan yang tepat waktu dalam menangani nasabah	0	0	0	30	30	60

b. Variabel *Dependent* (Variabel terikat)

Tabel 14
Loyalitas Nasabah Pembiayaan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	

1	Saya akan merekomendasikan produk PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu kepada kerabat, teman dan tetangga	0	0	0	35	25	60
2	Saya akan membicarakan hal-hal yang positif PT. BPRS Bumi Artha Sampang KK Cimanggu	0	0	2	30	28	60
3	Pelayanan yang baik selama ini memberikan dorongan untuk saya memanfaatkan kembali setiap produk dan jasa yang ditawarkan	0	0	1	23	36	60

D. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari setiap butir pernyataan atau r hitung tersebut positif lebih besar dari r tabel. Peneliti menggunakan rumus $df = N - 2$ untuk mencari r tabel. Jumlah responden dikurangi 2, jadi $60 - 2 = 58$ dan didapati nilai 0,2542 sebagai r tabel.

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS *for Windows* versi 25 diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing

pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel layanan, produk, kepuasan dan loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu:

a. Kualitas Layanan (X1)

Pengujian validitas pada variabel kualitas layanan (X₁) adalah apabila r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 15
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Item	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	0,483	0,2542	Valid
X1.2	0,568	0,2542	Valid
X1.3	0,386	0,2542	Valid
X1.4	0,565	0,2542	Valid
X1.5	0,667	0,2542	Valid
X1.6	0,527	0,2542	Valid

Sumber :Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 15 menunjukkan variabel kualitas layanan (X₁) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kualitas layanan (X₁) dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

b. Kualitas Produk (X2)

Pengujian validitas pada variabel kualitas produk (X₂) adalah apabila r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 16
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Item	r hitung	r table	Keterangan
X2.1	0,596	0,2542	Valid

X2.2	0,663	0,2542	Valid
X2.3	0,496	0,2542	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa dari 3 pernyataan yang diberikan kepada 60 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,2542 yang berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

c. Kepuasan Nasabah (X3)

Pengujian validitas pada variabel kepuasan nasabah (X₃) adalah apabila r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 17
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (X₃)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,293	0,2542	Valid
X3.2	0,686	0,2542	Valid
X3.3	0,647	0,2542	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 17 menunjukkan variabel kepuasan nasabah (X₃) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kepuasan nasabah (X₃) dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

d. Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y)

Pengujian validitas pada variabel kualitas layanan (X₁) adalah apabila r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 18
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
------	----------	---------	------------

Y.1	0,502	0,2542	Valid
Y.2	0,615	0,2542	Valid
Y.3	0,555	0,2542	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 18 menunjukkan variabel loyalitas nasabah pembiayaan (Y) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Y) dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 19
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,705	Reliabel
X2	0,670	Reliabel
X3	0,667	Reliabel
Y	0,644	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 19 menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* atas variabel kualitas layanan sebesar 0,705 variabel kualitas produk sebesar 0,670 variabel kepuasan nasabah sebesar 0,667 dan variabel loyalitas nasabah pembiayaan sebesar 0,644. Dengan demikian, dapat

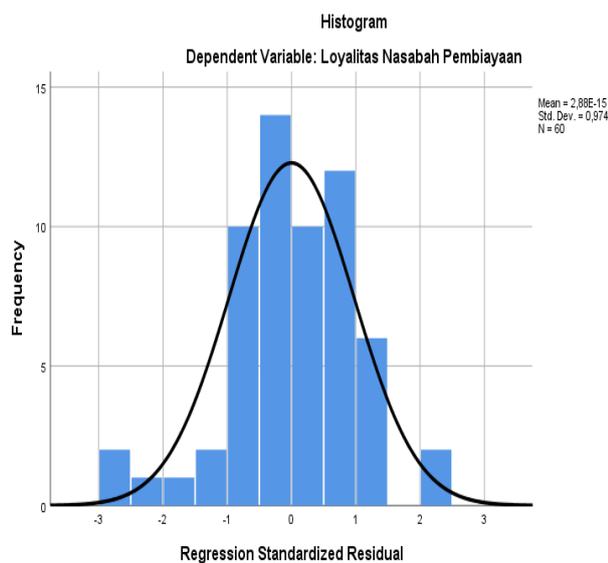
disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal jika data akan mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 25 *for windows*.

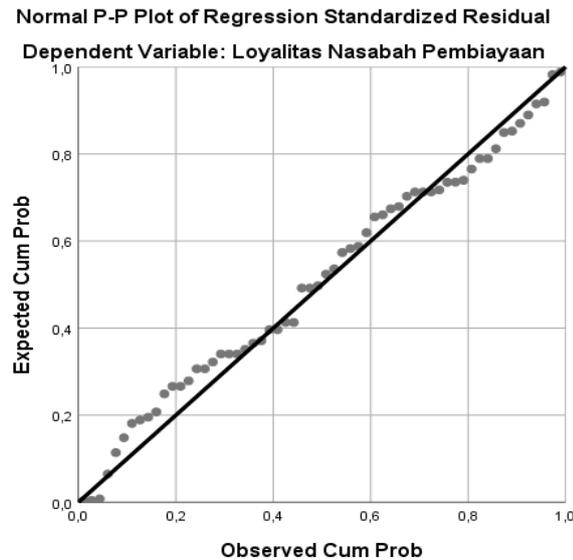
Gambar 3
Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber : *Output* SPSS versi 25

Berdasarkan gambar diatas, histogram *Regression Standardized Residual* membentuk kurva seperti lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

Gambar 4
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber : *Output* SPSS versi 25

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa penyebaran data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil perhitungan normalitas secara statistik yang dilihat berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 20
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,70763880
Most Extreme Differences	Absolute	,078

	Positive	,055
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : *Output SPSS versi 25*

Pada tabel 20 diperoleh hasil output uji *Kolmogorov-Smirnov*, nilai sig 0,200. Nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,05 yang berarti bahwa nilai tersebut berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10. Untuk melihat hasil multikolinearitas, berikut peneliti sajikan dalam tabel 21:

Tabel 21
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	12,695	2,329		5,450	,000		
Kualitas Layanan	,118	,053	,235	2,207	,031	,998	1,002
Kualitas Produk	,284	,097	,314	2,930	,005	,989	1,011
Kepuasan Nasabah	-,460	,114	-,430	-4,020	,000	,990	1,010

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Sumber : *Output SPSS versi 25*

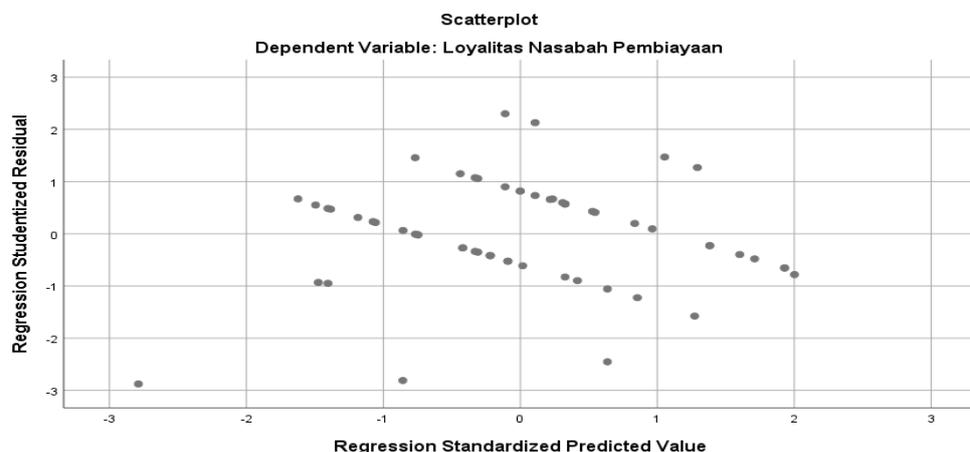
Dapat dilihat dari tabel 21 di atas, nilai *tolerance* pada kualitas layanan (X1) sebesar 0,998, kualitas produk (X2) sebesar 0,989, dan kepuasan nasabah (X3) sebesar 0,990. Ketiganya lebih besar dari 0,10. Kemudian nilai VIF kualitas layanan (X1) sebesar 1,002, kualitas produk (X2) sebesar 1,011, dan kepuasan nasabah (X3) sebesar 1,010. Seluruhnya nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Dasar analisisnya jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, mengumpul ditengah, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedasitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

Untuk melihat hasil uji heteroskedasitas penelitian ini, berikut peneliti sajikan dalam gambar 5:

Gambar 5
Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber : *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan gambar 5, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebut diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.

4. Uji Hopotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, semua pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel 22 sebagai berikut:

Tabel 22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,695	2,329		5,450	,000
Kualitas Layanan	,118	,053	,235	2,207	,031
Kualitas Produk	,284	,097	,314	2,930	,005
Kepuasan Nasabah	-,460	,114	-,430	-4,020	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Sumber : *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 22 diatas dapat diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,695 + 0,118 X_1 + 0,284 X_2 - 0,460 X_3 + e$$

Dari hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi betanda positif. Apabila variabel kualitas layanan,

kualitas produk dan kepuasan nasabah terpenuhi maka loyalitas nasabah pembiayaan akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya jika bertanda negatif. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Uji t (Parsial)

Tabel 23
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,695	2,329		5,450	,000
Kualitas Layanan	,118	,053	,235	2,207	,031
Kualitas Produk	,284	,097	,314	2,930	,005
Kepuasan Nasabah	-,460	,114	-,430	-4,020	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Sumber : *Output SPSS* versi 25

Berdasarkan tabel 23 diatas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

- 1) Variabel kualitas layanan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,207 dengan nilai Sig. 0,031. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil nilai t tabel yakni sebesar 2,003 dan nilai Sig. lebih besar dari 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan.
- 2) Variabel kualitas produk diperoleh t hitung sebesar 2,930 dengan nilai Sig. 0,005. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil nilai t tabel yakni sebesar 2,003 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan.
- 3) Variabel kepuasan nasabah diperoleh t hitung sebesar -4,020 dengan nilai Sig. 0,000. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil nilai t tabel yakni sebesar 2,003 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. Maka Ho diterima dan

Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan.

b. Uji f (Simultan)

Adapun pengujian dalam uji f ini yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA (*Analysis of Variance*). Berikut adalah hasil dari uji F.

Tabel 24
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	17,039	3	5,680	10,765	,000 ^b
Residual	29,544	56	,528		
Total	46,583	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan, Kualitas Produk

Sumber : *Output SPSS* versi 25

Berdasarkan tabel 24 diatas nilai F hitung sebesar 10,765 dengan nilai tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,000 < 0,1$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik kemampuan *variance* dan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Tabel 25
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,605 ^a	,366	,332	,726
---	-------------------	------	------	------

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Pembiayaan

Sumber : *Output SPSS* versi 25

Tabel 25 menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,332 atau 33,2% ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas nasabah pembiayaan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan kualitas produk dan kepuasan nasabah adalah sebesar 33,2%.

Sedangkan sisanya sebesar 0,668 atau sebesar 66,8% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun interpretasi penulis terhadap hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Menurut Tjiptono (1996:54) mendefinisikan kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,207 lebih besar dari *t* tabel 2,003 dan hasil nilai signifikansi (*sig*) sebesar 0,031. Karena nilai *sig*. 0,031 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan (Y).

Hasil penelitian memperlihatkan tingginya kualitas pelayanan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu terutama pada sikap karyawan yang berkaitan dengan upaya mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah, mengamati

perilaku nasabah, serta mencurahkan perhatian sepenuhnya kepada nasabah. PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu memiliki cara untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan para nasabah adalah dengan melakukan konsep pelayanan prima berdasarkan A3 (*attitude, attention, dan action*). Pelayanan prima berdasarkan konsep A3, artinya pelayanan yang diberikan menggunakan pendekatan sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*). Sikap karyawan yang perhatian dan peduli dengan nasabah merupakan hal terpenting yang dimiliki oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, cepat tanggap dan pemberian solusi yang tepat merupakan hal yang sangat paling diperhatikan oleh nasabah. Nasabah merespon dengan baik atas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu kepada mereka. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nazarudin Aziz, Yosep Eka Putra (Jurnal 2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung

sebesar 2,930 lebih besar dari t tabel 2,003 dan hasil signifikansi (sig) sebesar 0,005. Karena nilai sig. $0,005 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan (Y).

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu maka nasabah akan semakin merasa puas dengan kualitas produk tersebut dan pada akhirnya nasabah akan loyal menggunakan jasa perbankan dari PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Nasabah adalah penilai kualitas suatu produk perbankan. Semakin puas seorang nasabah mengkonsumsi suatu produk perbankan maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk perbankan yang diberikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariyani, F (2008) yang berjudul Membangun Loyalitas Nasabah melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk (Studi Empiris pada PT. Bank Bukopin Tbk di Kota Semarang). Hasil penelitian ini menunjukkan secara empiris juga membuktikan bahwa keunggulan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini memperkuat pendapat Kotler (1992) bahwa produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Hal ini berarti bahwa jika produk yang ditawarkan memiliki keunggulan untuk dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan maka produk tersebut dapat mendorong nasabah untuk menjadi loyal. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aaker (1992) yang menyatakan bahwa atribut produk yang melengkapi suatu merek dengan kemanfaatan yang spesifik yang merupakan keunggulan produk akan menjadi dasar pengambilan keputusan pembeli atau pengguna produk dan mempunyai pengaruh dalam membentuk loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu

Menurut Kotler (2000); Zeitham, Berry, dan Parasuraman (1990) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai t hitung sebesar -4,020 lebih kecil dari t tabel 2,003 dan hasil signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan (Y).

Kepuasan nasabah merupakan fungsi seberapa dekat harapan nasabah atas suatu layanan dengan mutu yang dirasakan. Nasabah akan merasa puas jika suatu layanan sesuai harapan, dan nasabah akan merasa sangat puas jika suatu layanan dan produk melebihi harapan. Untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi pada saat nasabah melakukan transaksi, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baiknya kualitas layanan dan produk yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu belum tentu bisa membuat nasabah menjadi loyal kepada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Hubungan negatif dan signifikan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah mungkin saja disebabkan karena faktor *tangible*. *Tangible* adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi nasabahnya baik dari sisi fisik

tampilan bangunan yang berdaya tarik, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan. Terutama dari sisi fisik bangunan yang sudah sejak berdirinya PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu yaitu bulan Juli tahun 2009 yang sampai sekarang belum ada tahap renovasi bangunan, bahkan terjadi kerusakan AC (*Air Conditioner*) dalam beberapa bulan. Mungkin saja itu yang membuat nasabah kurang merasakan kenyamanan. Karena lingkungan yang baik dapat membantu nasabah merasa lebih santai dan lebih puas dengan bank syariah. Manajer harus mengalokasikan sebagian dari anggaran tahunan mereka untuk memperbaharui *tangibles* mereka untuk menjaga kepuasan nasabah dan meningkatkan kredibilitas bank mereka. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Astuti (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisis data diatas, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah adalah 33,2%. Sedangkan sisanya 0,668 atau sebesar 66,8% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan (X1) secara parsial (uji t) memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dengan dibuktikan dari hasil uji t hitung yang diketahui bahwa $t_{hitung} (2,207) > t_{tabel} (2,003)$. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu diterima. Karena hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.
2. Variabel kualitas produk (X2) secara parsial (uji t) memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dengan dibuktikan dari hasil uji t hitung yang diketahui bahwa $t_{hitung} (2,930) > t_{tabel} (2,003)$. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu diterima. Karena hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh pada loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.
3. Variabel kepuasan nasabah (X3) secara parsial (uji t) tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu dengan dibuktikan dari hasil uji t hitung yang

diketahui bahwa $t_{hitung} (-4,020) < t_{tabel} (2,003)$. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang mengatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu ditolak. Karena hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

4. Variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah secara simultan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian yaitu diketahui bahwa $F_{hitung} (10,765) > F_{tabel} (2,766)$ yang artinya ada pengaruh secara simultan dimensi kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Jadi H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan dimensi kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.

B. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Untuk penelitian yang lebih baik lagi, maka penulis mengajukan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambahkan faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi loyalitas nasabah pembiayaan bank syariah. Agar menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah yang diteliti.
2. Bagi PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, dalam meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan maka perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah Dan juga harus memberikan layanan agar terpenuhinya keinginan nasabah terhadap

PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Tingkat kesediaan alat, ketanggapan karyawan, bentuk empati karyawan dan kenyamanan di ruang tunggu menjadikan nasabah memiliki loyalitas yang tinggi terhadap PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.



DAFTAR PUSTAKA

- Arba'ati, A. R. (2016). Pengaruh Religiusitas, Motivasi Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Skripsi* , 49-50.
- Bank Syariah Bumi Artha Sampang Cab. Kebumen. (2013, Februari 24). *PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cab. Kebumen*. Retrieved Juni 15, 2020, from bprsbas46: <http://bprsbas46.blogspot.com>
- BPRS Bumi Artha Sampang. (2016, Juni 16). *BPRS Bumi Artha Sampang*. Retrieved Juli 28, 2020, from bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Dedi Setiawan dan Erni Masdupi. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, Tesis Program Magister Manajemen. *Tesis* , 7.
- Engkos, R. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Fergiawan, D. (2016, Desember 30). Pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta. *Skripsi* , pp. 4-7.
- Fetria Eka Yudiana, Joko Setyono. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image dan Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* , 100-101.
- Fitriani, Kiki Nurul. (2018, Juli 28). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi CARTER di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)*. Retrieved Juni 18, 2020, from scholar.googleusercontent.com:8992/.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Sps 25 Edisi 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hamdani Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.

- Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management* , 6.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 2.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Lovelock, C. H. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mastura, Z. (2018, November 1). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi* , p. 45.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Rajawali Pers.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazarudin Aziz, Yosep Eka Putra. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. *OSF Preprints* , 73.
- Ndaru Irwadi, A. H. (2019). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Adeco Langsa. *Jurnal investasi Islam* , 3.
- Ningsih, V. (2018, Agustus 30). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Skripsi* , p. 22.
- Notoatmodjo, S. (2002). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prabawati, T. Y. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung. *Skripsi* , 4.
- Prabowo, Y. (2019, November 28). *Digital Repository Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*. Retrieved Juli 28, 2020, from Repository.iainpurwokerto.ac.id: <http://respository.iainpurwokerto.ac.id>

- Prasetya, T. E. (2020, Januari 30). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. *Skripsi* , pp. 39-40.
- Prasetyo, A. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bpr Rudo Indobank Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* , 23-24.
- R Agustinus Anggoro Pribadi, S. S. (2007). Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah pada BRI Cabang Blora dan Unit Online-nya. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* , 45.
- Rafidah. (2014). Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah. *Nalar Fiqh* , 118-119.
- Rahmana, M. R. (2008). Analisis Faktor- Faktor Yang Menentukan Nasabah Pinjaman Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah. *Tesis* , 27.
- Riswandhi, I. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen* , 2.
- Roanah, S. (2020, Mei 29). Penjelasan sistem jemput bola di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. (N. A. Wardani, Interviewer)
- Sanistasya, P. A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. *e-Journal Ilmu Administrasi Bisnis* , 235.
- Setiawan, M. (2017, April 25). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah serta dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah. *Skripsi* , p. 20.
- Setiawan, R. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo). *Skripsi* , 43-44.
- Setyani, E. P. (2018, Juli 08). Impementasi Prinsip 6C+1P pada Pembiayaan Griya di Bank Syariah Mandiri Cabang Brebes. *Skripsi* , pp. 18-19.
- Siregar, S. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soegeng Wahyoedi, S. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumarni Murti. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sutisna, A. J. (2016). Pengaruh Kualitas Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor AJB Bumi Putera Syariah Cabang Serang. *Jurnal Ilmiah Revenue Volume 2 Nomor 2* , 24.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* , 446.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wood, I. (2009). *Layanan Langgan (Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulistiani, S. (2020). Faktor-Faktor Hambatan Berpindah (Switching Barriers) Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp. Tulang Bawang Barat. *Skripsi* , 28.
- Zaky, R. M. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta. *Naskah Publikasi Ilmiah* , 4.

IAIN PURWOKERTO