

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN  
ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH  
(STUDI KASUS BSI CABANG RATULANGI PALOPO)**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi  
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana  
pada Program Studi Perbankan Syariah*



**IAIN PALOPO**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN  
ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH  
(STUDI KASUS BSI CABANG RATULANGI PALOPO)**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi  
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana  
pada Program Studi Perbankan Syariah*



**Pembimbing:**

1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Huri Safira  
NIM : 16 0402 0200  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi, adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 November 2021

Yang membuat pernyataan

**IAIN PALOPO**




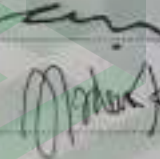
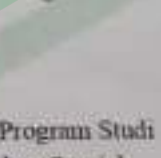
**Huri Safira**  
**NIM 16 0402 0200**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kemampuan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BSI Cabang Ratulangi Palopo) yang ditulis oleh Huri Safira Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0200, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimasquasyahkan pada hari Rabu tanggal 27 Oktober 2021 miladiyah bertepatan dengan 20 Rabiul Awal 1443 hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palopo, 01 November 2021


### TIM PENGUJI


1. Hendra Safri, S.E., M.M.  
Ketua Sidang (  )
2. Dr. Takdir, S.H., M.H.  
Penguji I (  )
3. Dr. Fariha, SE.I, M.El  
Penguji II (  )
4. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M.  
Pembimbing I (  )
5. Nurdin Hatjo, S.Pt., M.M.  
Pembimbing II (  )

### Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
Dr. Hj. Ratnah M., M.M.  
NIP.19610208 199403 2 001

  
Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP.198610202015031 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْعَمَنَا بِنِعْمَةِ الْإِيمَانِ وَالْإِسْلَامِ وَنُصَلِّي وَنُسَلِّمُ عَلَى خَيْرِ الْأَنْبَاءِ  
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

*Puji syukur tak henti-henti penulis panjatkan kepada Allah SWT sang pemilik alam semesta yang tak pernah berhenti melimpahkan nikmat dan karunianya salawat, serta salam tak lupa pula penulis hantarkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah berhasil membawa umatnya dari alam yang gelap gulita menuju alam yang terang benerang seperti saat ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI Cabang Ratulangi Palopo" sebagai salah satu persyaratan untuk mempeoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN PALOPO) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).*

*Penulis juga sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dengan berbagai keterbatasan yang terdapat didalamnya, untuk itu penulis sangat mengharapkan serta membutuhkan sumbangan pemikiran baik itu berupa saran dan kritikan yang tentunya sifatnya membangun guna kemudian bisa menyempurnakan skripsi ini.*

*Perjalanan yang panjang telah penulis lalui dalam rangka perampungan penulisan skripsi ini dengan berbagai hambatan yang dihadapi dalam penyusunan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan, terkhusus kepada kedua orang tua tercinta penulis Muhammad*

*raga dan Juhrah yang telah tulus mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan ikhlas memberikan cinta, perhatian, doa serta dukungan moral dan materil yang diberikan selama ini. Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.*

*Terima kasih juga karna telah meluangkan segenap waktunya untuk mengasuh, membimbing, mendidik, serta senantiasa mengiringi perjalanan hidup penulis dengan alunan doa yang tiada henti agar kelak penulis bisa mewujudkan segala mimpi-mimpi. Buat orang tua, bapak dan ibu terimakasih atas dukungannya. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis tak lupa sampaikan kepada:*

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H, Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M dan Wakil Rektor III Dr. Muhaemin, M.A.
2. Dr. Hj. Ramlah M., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, beserta Wakil Dekan I Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A, Wakil Dekan II Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA dan Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Hendra Safri, SE., M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M. selaku pembimbing utama dan Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. selaku pembimbing ke dua yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dr. Hj. Ramlah M., MM selaku dosen Penasehat Akademik.

6. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Petugas/pegawai dan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Ratulangi Palopo yang telah membantudalam proses pemberian data yang akurat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Pihak Bank Syariah Indonesia cabang Ratulangi Palopo yang berkenan dan mengizinkan penulis melakukan penelitian.
9. Kepada semua teman seperjuangan, teman kos dan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016, yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt, Amin.

Palopo, 3 November 2021

**Huri Safira**  
NIM.16 0402 020



**IAIN PALOPO**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṣa'	Ṣ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ḍa	Ḍ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge



ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokaltunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كيف :*kaifa*

هول :*hauila*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا ...   ... ي	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

:*māta*

رمي : *rāmā*

قؤل : *qāla*

مؤت : *yamūtu*

### B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

- SWT. = *Subhanahu Wa Ta'ala*
- SAW. = *Sallallahu 'Alaihi Wasallam*
- AS = *'Alaihi Al-Salam*
- H = Hijrah
- M = Masehi
- SM = Sebelum Masehi
- L = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
- W = Wafat Tahun
- QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
- HR = Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR AYAT .....	xiii
DAFTAR HADIS .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
DAFTAR ISTILAH .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	8
B. Landasan Teori .....	13
C. Kerangka Pikir.....	39
D. Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Populasi dan Sampel .....	40
C. Definisi Operasional Variabel .....	41
D. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	46
B. Hasil Penelitian.....	46
C. Pembahasan .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71

B. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR AYAT

Al-Qur'an Surah Al-Kahfi : 29.....	23
Al-Qur'an Surah Al-Maidah : 8.....	24
Al-Qur'an Surah An-Nisa : 58.....	26



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR HADIS

Hadis Riwayat sahabat Jabir bin Abdillah..... 20



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Definisi Operasional.....	44
Tabel 4.1 : Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keunggulan Produk.....	51
Tabel 4.2 : Perolehan Persentase Kategorisasi Deskriptif Keunggulan Produk.....	51
Tabel 4.3 : Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Penerapan Nilai Islam .....	52
Tabel 4.4 : Perolehan Persentase Kategorisasi Deskriptif Penerapan Nilai Islam .....	53
Tabel 4.5 : Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Nasabah .....	54
Tabel 4.6 : Perolehan Persentase Kategorisasi Deskriptif Kepuasan Nasabah .....	55
Tabel 4.7 : Hasil Uji Multikolneritas.....	57
Tabel 4.8 : Hasil Uji t Parsial .....	59
Tabel 4.9 : Hasil Uji Koefisien Determinan .....	60
Tabel 4.10 : Hasil Uji Parsial.....	61
Tabel 4.11 : Hasil Uji Koefisien Determinan .....	62
Tabel 4.12 : Hasil Uji F .....	63
Tabel 4.13 : Hasil Uji Koefisien Determinan .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pikir .....	39
Gambar 4.4 Uji Normalitas .....	56
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas .....	58



**IAIN PALOPO**



## LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Keunggulan Produk

Lampiran 2: Data Penerapan Nilai Islam

Lampiran 3: Data Kepuasan Nasabah

Lampiran 4: Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 5: Hasil Perolehan Frekuensi

Lampiran 6: Hasil Uji-t dan Koefisien Determinasi (Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah)


Lampiran 7: Hasil Uji-t dan Koefisien Determinasi (Penerapan Islam terhadap Kepuasan Nasabah)

Lampiran 8: Hasil Uji-f dan Koefisien Determinasi (Keunggulan Produk dan Penerapan Islam terhadap Kepuasan Nasabah)



# IAIN PALOPO

## DAFTAR ISTILAH



BSI	: Bank Syariah Indonesia
IAIN	: Institut Agama Islam Negri
PRODI	: Program studi
SPSS	: Statisticul Package For Sosial Sciece
Q.S	: Qur'an Surah
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
X	: Kali
<	: Kurang Dari
>	: Lebih Dari
=	: Sama Dengan
+	: Tambah
%	: Persen
H <sub>0</sub>	: Hipotesis Nol
H <sub>1</sub>	: Hipotesisi Satu

IAIN PALOPO

## ABSTRAK

**Huri Safira, 2021** “Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Cabang Ratulangi Palopo)” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah di bimbing oleh Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M. selaku pembimbing utama dan Bapak Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. selaku pembimbing kedua.

Skripsi ini membahas bagaimana keunggulan produk BSI Cabang Ratulangi Palopo, bagaimana prinsip produk BSI Cabang Ratulangi Palopo dalam perspektif Islam, dan bagaimana keunggulan produk dan penerapan syariah ke produk BSI Cabang Ratulangi Palopo terhadap kepuasan nasabah.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Dengan populasi semua subjek penelitian melalui metode sensus dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Accidental sampling yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang bersangkutan layak digunakan sebagai sumber data yaitu 100 nasabah. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif dengan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keunggulan produk BSI Cabang Ratulangi Palopo termasuk dalam kategori sangat baik dengan hasil perolehan persentase 53% oleh 53 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa BSI cabang Palopo memberikan produk yang sangat baik kepada nasabah. Penerapan nilai Islam di BSI cabang Palopo masuk kategor baik dengan hasil perolehan persentase 72% oleh 53 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa BSI cabang Palopo menerapkan nilai Islam dengan baik melalui prinsip kebebasan, persamaan dan kesetaraan, keadilan, kejujuran dan kerelaan. Terdapat pengaruh antara aspek keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien  $R^2$  (R Square) sebesar 0.354 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang diperoleh dari koefisien determinasi sebesar 35.4%. Hal ini berarti bahwa 35.4% keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y)).

**Kata Kunci :** *Keunggulan Produk, Penerapan Nilai Islam, Kepuasan Nasabah*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Produk adalah hasil proses produksi yang dibuat oleh produsen atau perusahaan yang nanti akan dijual pada konsumen yang membutuhkan. Sebagian besar pendapatan sebuah perusahaan berasal dari produk yang dijualnya pada para konsumen, konsumen akan membeli produk itu untuk keperluannya sehari-hari, ataupun untuk memenuhi kepuasannya. Saat ini banyak sekali perusahaan yang berpendapat bahwa konsumen lebih menyukai produk yang harganya relatif murah tapi mempunyai kualitas yang baik. Keunggulan produk juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sektor perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan.<sup>1</sup>

Di samping persaingan yang sangat ketat saat ini, bank harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakekatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Kemudian untuk menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada

---

<sup>1</sup> Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2017), 45.

kualitas produk saja, tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Keberhasilan suatu produk baru menjadi kunci utama bagi banyak perusahaan. Hal tersebut menjadi bahan diskusi semenjak keunggulan produk, terlepas barang atau jasa menjadi salah satu jalan bagi organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, teknologi dan kompetisi dalam suatu industri.<sup>2</sup>

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.<sup>3</sup> Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.<sup>4</sup>

Perbankan syariah memiliki pengaruh yang besar dalam aktivitas perekonomian masyarakat. Berbagai produk perbankan syariah diharapkan mampu mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip Islam. Dalam prinsip Islam, aktivitas ekonomi tidak boleh dilepaskan dari postulat keimanan kepada Allah SWT bahkan menjadi *built in*

---

<sup>2</sup> Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Golo Riwu, 2020), 721.

<sup>3</sup> M. Syafe'i Antonio, *Bank Islam: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2019), 16.

<sup>4</sup> Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2017), 18.

*control* bagi pelaku ekonomi. Dari sinilah kemudian perbankan syariah dibangun dan dirancang untuk meningkatkan derajat kehidupan manusia. Perbankan syariah diharapkan menjadi alternatif bahkan solusi yang menentukan bagi perkembangan ekonomi nasional khususnya umat Islam.<sup>5</sup>

Setiap aktivitas perbankan yang dijalankan oleh bank syariah yang ada di Indonesia harus selalu berada pada jalur prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip (asas-asas) syariah adalah berdasarkan sumber-sumber hukum Islam. Sumber hukum Islam tersebut terdiri dari sumber hukum primer yaitu, Al-Qur'an dan Al-Hadits dan sumber hukum sekunder yaitu, *ijma'* (konsensus para ulama), *qiyas* (penalaran/*reasoning* secara analogis) dan *ijtihad* (penalaran hukum secara mandiri).<sup>6</sup>

Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Nilai-nilai Islam yang berasal dari prinsip-prinsip (asas-asas) syariah tersebut tentunya tidak hanya menjadi simbol saja, akan tetapi harus teraplikasi secara nyata dalam setiap aktivitas perbankan syariah, baik itu pada level karyawan terendah sampai pada level tingkat manajerial puncak bahkan sampai pada nasabah bank syariah itu sendiri. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> M. Musrin, *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Wardah, 2017), 64.

<sup>6</sup> Thariq Ashraf, *Sharia-complaint Investing: Concept and Opportunities*, <http://www.csri.orgnz/document/tashraf>, diakses tanggal 5 April 2020.

<sup>7</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2017), 6.

Islam perlu menerapkan nilai-nilai dalam aktivitas perbankan syariah berdasarkan hukum perjanjian Islam antara lain, *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (persamaan atau kesetaraan), *al-'adalah* (keadilan), *ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran), *al-ridha* (kerelaan), *al-kitabah* (tertulis). *Al-hurriyah* (kebebasan) merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad (*freedom of making contract*). *Almusawah* (persamaan atau kesetaraan) merupakan asas yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (*bargaining position*) dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad/perjanjian. *Al-'adalah* (keadilan) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajiban. *Al-ridha* (kerelaan) merupakan asas yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan dan *misstatement*. *Ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam perjanjian/akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar. *Al-kitabah* (tertulis) merupakan asas yang mengatur bahwa setiap perjanjian/akad hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian di kemudian hari.<sup>8</sup>

Dengan adanya pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian/akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan syariah ke depannya. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar

---

<sup>8</sup> Fathurrahman Djamil (et al), *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2020), 249.

tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah.

Karena saat ini masih banyak nasabah yang tidak memahami termasuk saya sendiri bahwa apa-apa saja keunggulan produk dari BSI Cabang Ratulangi Palopo serta bagaimana penerapannya dan ingin meneliti apakah nasabah merasa puas dengan produk dan penerapan di Bank tersebut.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang maka penulis mengangkat judul tentang **“Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BSI Cabang Ratulangi Palopo)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Apakah ada pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo?
- b. Apakah ada pengaruh penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo dalam perspektif Islam?
- c. Apakah ada pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo terhadap kepuasan nasabah?



### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan pada penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui keunggulan produk BSI Cabang Ratulangi Palopo.
- b. Untuk mengetahui prinsip produk BSI Cabang Ratulangi Palopo dalam perspektif Islam.
- c. Untuk mengetahui keunggulan produk dan penerapan syariah ke produk BSI Cabang Ratulangi Palopo terhadap kepuasan nasabah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Rumusan tentang manfaat penelitian adalah kelanjutan dari tujuan penelitian. Hasil penelitian ini di harapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

- a. Bagi penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan ekonomi islam khususnya yang berkaitan dengan perbankan syariah dan kepuasan nasabah perbankan syariah khususnya di palopo.

- b. Bagi perbankan syariah

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi pengaruh nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah khususnya di daerah palopo.

- c. Bagi akademis

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan perbankan syariah khususnya dalam kaitan dengan pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan

nasabah pada bank syariah dan dapat juga digunakan sebagai referensi bagi penelitian lain yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut.

d. Bagi nasabah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan nasabah perbankan syariah.



**IAIN PALOPO**

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan agar menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

1. Azis, G., Roni, M., & Anshori, T, melakukan penelitian yang berjudul *“Pengaruh Murabahah, Keunggulan Produk Pembiayaan Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (Pt Bpr Syariah Lantabur Tebuireng Cabang Gresik)”*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Pembiayaan Murabahah berpengaruh positif signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Rahn berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan. Nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas pelayanan. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pembiayaan Murabahah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Rahn berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai-nilai Islam memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji jalur variabel intervening yaitu kualitas pelayanan terbukti mampu memediasi hubungan antara Pembiayaan Murabahah, Rahn dan Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dengan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Syariah

Lantabur Tebuireng Cabang Gresik.<sup>9</sup> Perbedaan dengan peneliti sebelumnya membahas tentang murabahah dan keunggulan produk pembiayaan Rahn dengan kualitas produk sedangkan peneliti sekarang tidak membahas tentang murabahah dan hanya membahas keunggulan produk saja. Persamaan peneliti sebelumnya dengan sekarang sama-sama membahas tentang penerapan nilai islam dan kepuasan nasabah.

2. Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*”. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan sistem SPSS versi 17, disimpulkan bahwa pada uji Adjusted R-Square, 38,5% menunjukkan hubungan dan kontribusi variabel terhadap pengetahuan dan minat masyarakat penerapan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi keputusan penggunaan produk tabungan dan sisanya 61,5% dijelaskan oleh variabel lain yaitu pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai Islam memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan.<sup>10</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang pengetahuan masyarakat sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang keunggulan produk. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang penerapan nilai islam.

---

<sup>9</sup> Azis, G., Roni, M., & Anshori, T. (2020, December 1). Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah, Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 93-108. <https://doi.org/https://doi.org/10.35896/jse.v2i2.126>.

<sup>10</sup> Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*, (Kota Langsa: 2020), 1

3. Lusiyana, *“Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”*, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, untuk variabel persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kemudian variabel persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kemudian persepsi nilai yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa peran kepuasan pelanggan memediasi penuh antara persepsi nilai terhadap loyalitas pada nasabah bank syariah. Implementasinya untuk bank syariah untuk menerapkan dan meningkatkan beberapa aspek dari hasil penelitian ini guna untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas nasabah terhadap bank syariah.<sup>11</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang persepsi nilai sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang penerapan nilai islam. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah/pelanggan.

4. Muhammad Sopiya, melakukan penelitian yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Mudharabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Tangerang Selatan”*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan dapat dijelaskan oleh pelayanan dan model transaksi mudharabah. Hal yang menarik dari hasil penelitian adalah bahwa konsep mudharabah merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan

---

<sup>11</sup> Lusiyana, *Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2019), 2

pelanggan.<sup>12</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Mudharabah sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang keunggulan produk dan penerapan nilai Islam. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah.

5. Muhammad Wahyudi, melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Pelayanan Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan Dan Pembiayaan Di Bank Syariah Mandiri Kcp Kaliurang*”, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. BSM KCP kaliurang sehingga hipotesis tersebut diterima. Dilihat dari uji-t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $> 5\%$  atau  $0.05$ , yaitu sebesar  $0.481 > 0.05$ . sehingga kesimpulannya adalah pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Variabel produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Dengan menggunakan variabel dummy yang menunjukkan bahwa variabel produk ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) menggunakan uji-t parsial yang menunjukkan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$ . sehingga kesimpulannya adalah variabel produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah ( $Y$ ). dilihat dari hasil uji statistik, yaitu uji-f (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $< 0.05$ , yaitu sebesar  $0.000 < 0.05$ . Sehingga, kesimpulan dari uji-f adalah variabel pelayanan ( $X_1$ ) variabel dan produk ( $X_2$ )

---

<sup>12</sup> Muhammad Sopiya, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Mudharabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Tangerang Selatan*, (Tangerang Selatan: 2021), 4

secara simultan atau serempak memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).<sup>13</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang Pelayanan sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang penerapan nilai Islam. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang produk.

6. Sri Wulandari, melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, dan tingkat bagi hasil berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, secara menyeluruh bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.<sup>14</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Tingkat Bagi Hasil sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang keunggulan produk dan penerapan

---

<sup>13</sup> Muhammad Wahyudi, *Pengaruh pelayanan dan produk perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah dalam mengambil pendanaan dan pembiayaan di bank syariah mandiri KCP kaliurang* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019), 9

<sup>14</sup> Sri Wulandari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Tulungagung: 2019), 1

nilai Islam. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah.

7. Mukarromah dan Lina Lailil, melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Atribut produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus, dengan nilai thitung > nilai ttabel ( $2,154 > 1,987$ ), Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus, dengan nilai thitung > nilai ttabel ( $2,062 > 1,987$ ), dan Nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus, dengan nilai thitung > nilai ttabel ( $2,058 > 1,987$ ).<sup>15</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya juga membahas tentang pengaruh atribut produk sedangkan peneliti sekarang tidak meneliti tentang pengaruh atribut produk. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama membahas tentang penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah.

## **B. Landasan Teori**

Sampai hari ini, kepuasan nasabah masih merupakan konsep sangat relevan logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Tidak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan nasabah

---

<sup>15</sup> Mukarromah dan Lina Lailil, *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus*, (Undergraduate thesis: Iain Kudus, 2020), 2



diformulasikan dan tidak perlu mereka tahu bahwa teori teori kepuasan nasabah masih sampai hari ini di debatkan secara serius. Kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dala teori praktik pemasaran, serta salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya efesiensi harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnyan efesiensi dan produktivitas karyawan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir keuntungan, memng tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah kepada suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. Irawan berpendapat bahwa : "kepuasan nasabah adalah hasil akumulasi dari konsumen atau nasabah dalam menggunakan produk atau jasa.". oleh karena itu, setiap transasi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Krena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan keputusan nasabah ialah melibatkan diri dalam urusn jangka panjang. Upaya memuaskan nsabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir. Menurut supranto mengemukakan bahwa: "kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan

depan harapannya." Selanjutnya tjiptono memberikan defenisi: "kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikn hasil (outcome) sama atau melampaui harapan nasabah".

Berdasarkan defenisi diatas, maka ada kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan nasabah (harapan dan kinerja hasil yang dirasakan). Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkomsumsi suatu produk (barang/jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Kepuasan nasabah merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi nasabah terhadap perusahaan dimasa yang akan datang. Sementara itu munculnya ketidakpuasan nasabah (customer dissdatisfaction), meliputi (1) complaint (2) retur atau pengembalian produk (3) biaya garansi (4) product recall (penarikan kembali produk dari pasar) (5) defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

#### a. Produk

##### 1) Pengertian produk

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 43

Menurut Kotler, pengertian produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atau pun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi.

Menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengecer, dan pelayanan dari pabrik dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.<sup>17</sup>

Menurut H. Djaslim Saladin, produk dapat diartikan ke dalam tiga pengertian yaitu:

a) Dalam pengertian yang sempit, produk merupakan sekumpulan sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam sebuah bentuk serupa dan telah dikenal.

b) Dalam pengertian yang luas, produk merupakan sekelompok sifat yang berwujud maupun tidak berwujud yang didalamnya memuat harga, warna, kemasan, prestise pengecer, prestis pabrik, serta pelayanan yang diberikan oleh produsen dan pengecer kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kepuasan konsumen atas apa yang diinginkannya.

---

<sup>17</sup> M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, (Jakarta: Kencana, 2017), 3

c) Dalam pengertian secara umum, produk dapat diartikan secara ringkas sebagai setiap hal yang mampu memenuhi dan juga memuaskan kebutuhan atau pun keinginan manusia, baik yang memiliki wujud maupun yang tidak berwujud.<sup>18</sup>

#### b. Produk menurut Islam

Produk dalam Al-Quran, dinyatakan dalam dua istilah, yakni al-tayyibat dan al-rizq. Kata al-tayyibat digunakan 18 kali, sedangkan kata al-rizq digunakan 120 kali. Al-tayyibat merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, suatu yang baik dan menyeluruh, serta makanan yang terbaik.

Al-rizq merujuk pada makanan yang diberkahi Allah SWT yaitu pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Allah SWT. Dalam islam, produk mesti berdaya guna, materi yang bermanfaat yang menghasilkan perbaikan mental, moral, dan spiritual bagi konsumen.

Sesuatu yang tidak berdaya guna dilarang dalam islam, dan bukan merupakan produk dalam pengertian islam. Begitu pula barang ekonomi konvensional yang adalah barang yang dapat dipertukarkan. Namun, barang dalam islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>19</sup>

#### c. Indikator Keunggulan Produk

##### 1) Kualitas

---

<sup>18</sup> M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, (Jakarta: Kencana, 2017), 4

<sup>19</sup> Laode M. Kamaluddin, *Empat Belas Bagaimana Rasulullah Saw Membangun Kerajaan Bisnis*, (Jakarta: Republika, 2017), 56

Kualitas didefinisikan oleh pelanggan. Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Kualitas meliputi kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan dan kehandalan. Kualitas kinerja mengacu pada tingkat di mana karakteristik produk itu beroperasi. Kualitas kesesuaian merupakan tingkat di mana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Daya tahan adalah suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/ atau berat. Sedangkan kehandalan merupakan ukuran suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu.

#### 2) Keistimewaan

Keistimewaan merupakan karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Menjadi yang pertama memperkenalkan keistimewaan baru merupakan cara bersaing yang sangat efektif.

#### 3) Desain

Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan.

#### 4) Gaya

Gaya menggambarkan penampilan dan perasaan itu bagi pelanggan.

#### 5) Kemasan

Produk fisik atau berwujud membutuhkan kemasan agar tercipta manfaat-manfaat tertentu seperti misalnya perlindungan, kemudahan, manfaat ekonomi dan promosi. Para pemasar sebaiknya mengembangkan suatu konsep pengemasan

dan kemudian mengujinya dari segi fungsi dan psikologi, agar tercapai tujuan yang ingin diraih, serta sesuai dengan kebijaksanaan atau peraturan pemerintah. Kemasan harus menarik perhatian, karena kemasan menggambarkan citra merek. Kemasan harus dapat memberikan informasi struktur produk, manfaat, dan informasi tambahan, sehingga mendorong konsumen untuk mencoba membeli, mendorong untuk membeli ulang dan menyediakan cara pemakaian produk. Pembentukan kemasan yang baik harus memiliki empat keistimewaan.

#### 6) Pelayanan

Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan yang memang diinginkan oleh para pelanggannya. Jasa pelayanan ini juga harus efektif dalam memenangkan persaingan. Maka di sini beberapa keputusan harus diambil, seperti keputusan tentang jenis pelayanan pokok yang akan ditawarkan, seberapa lengkap setiap pelayanan akan disajikan, serta bentuk dari masing-masing pelayanan tersebut. Kunci keberhasilan dalam persaingan sering terletak pada penambahan pelayanan yang menambah nilai dan meningkatkan kualitasnya. Pembeda pelayanan utama adalah kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, keluhan dan penyesuaian, masalah kredit, pemeliharaan, bantuan teknis dan informasi bagi konsumen.

Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Dalam salah satu haditsnya Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk

menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini disampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi semuanya.”<sup>20</sup>

#### 7) Merek

Setiap perusahaan hendaknya mengembangkan sendiri kebijakan-kebijakannya mengenai merek bagi mata produk dalam lini yang sama. Merek merupakan kombinasi dari nama, kata, simbol atau desain yang memberi identitas produk. Merek terdiri dari merek privat (private brand), merek perusahaan (corporate brand), merek khusus /individual (specific/ individual brand), merek lini/keluarga (line/family brand), merek kombinasi (combination brand).<sup>21</sup>

#### d. Penerapan islam dalam perbankan syariah

Penerapan islam dalam perbankan syariah dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya, maka keduanya akan membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat antara kedua pihak tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal tertentu. Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian (kontrak). Hukum perjanjian Islam yang rukun dan syaratnya telah diatur dalam

---

<sup>20</sup> Hadits Riwayat sahabat Jabir bin Abdillah

<sup>21</sup> <https://adglow.wordpress.com/2011/01/31/strategi-mencari-keunggulan-produk/>  
diakses pada 22 Maret 2021, pukul 03:23 Wita

Al-Qur'an, hadits, *ijma'* dan *qiyas* menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah.<sup>22</sup>

Secara etimologis, perjanjian dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *mu'ahadah ittifa'* atau akad. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan kontrak, perjanjian atau persetujuan yang artinya adalah suatu perbuatan dimana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap seseorang lain atau lebih. Dalam Al-Qur'an sendiri setidaknya ada dua istilah yang berkaitan dengan perjanjian yaitu kata akad (*al-'aqadu*) dalam arti perikatan atau perjanjian dan kata *'ahd (al-'ahdu)* yang berarti masa, pesan, penyempurnaan dan janji atau perjanjian.<sup>23</sup> Sedangkan pengertian akad dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, Pasal 1 ayat 4 dikemukakan bahwa akad adalah kesepakatan tertulis antara bank dengan nasabah dan/atau pihak lain yang memuat hal dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah.<sup>24</sup>

#### 1) Kebebasan

Berbicara tentang kebebasan dalam Islam, menurut penulis, adalah sangat kompleks, tergantung dari sudut mana kita memandang. Dari tasawuf misalnya. Kebebasan dapat diartikan dengan terbebasnya seseorang dari dominasi dan

---

<sup>22</sup> Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Sinar Grafika, 2017), 1.

<sup>23</sup> Mariam Darius Badruzaman (et al), *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019), 247.

<sup>24</sup> Pasal 1 ayat 4, Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang *Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah*.



jebakan materi-kebendaan. Dengan *dzawq*-nya, ia mampu menyaksikan hakekat kebenaran (*mukâsyafah/ ketersingkapan*). Atau dari teologi Islam, seseorang akan mendapatkan bahasan tentang kebebasan berkehendak (*free will anda free act*) sebagai lawan dari predestinasi (*taqdir*), sebagaimana yang tampak dalam perdebatan antara golongan *mu'tazilah*, *jabariyyah* dan *sunni* dengan berbagai argumentasinya.<sup>25</sup> Namun kebebasan yang akan penulis bicarakan adalah dalam konteks pemikiran keagamaan dan politik.

Jika kembali ke masa silam, dimana Nabi dan kaum Muhajirin dan Anshar mengadakan perjanjian tertulis dengan orang-orang yahudi, yang tertuang dalam *piagam Madinah*, secara eksplisit atau implicit, sudah ada nilai-nilai kebebasannya.<sup>26</sup> Secara general, kebebasan dalam Islam sangat banyak sekali. Menurut syekh Musthafâ al-Ghalâyanî, kebebasan itu mencakup kebebasan individual, kebebasan social, kebebasan ekonomi dan kebebasan berpolitik. Dimana kebebasan individu sendiri mencakup kebebasan berpendapat, menulis dan mencetaknya, dan kebebasan berfikir sekaligus penyebarannya.<sup>27</sup> Namun menurut hemat penulis, kebebasan individu tersebut cukup diwakili oleh kebebasan berfikir dan mengemukakan pendapat. Sebab kebebasan menulis atau kebebasan menyebarkan pemikiran sudah masuk di dalamnya. Oleh karenanya, penulis akan mencoba mengungkapkan beberapa kebebasan itu, yang berkaitan dengan kegiatan intelektual, keagamaan, ekonomi, dan perpolitikan.

---

<sup>25</sup> W. Montgomery Watt, *Islamic Philosophy and Theology*, (Edinburgh University Press: Amerika, 2018), 87-88

<sup>26</sup> Muhammad Husain Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad*, (Hayat Muhammad) terj. Ali Audah, (Litera Antar Nusa: Jakarta, cet. XVI, 2019), 199-205.

<sup>27</sup> Syekh Musthafâ al-Ghalâyanî, *Idhah al-Nâsyi'în Kitâb akhlâq wa adâb wa Ijtimâ'*, (Maktabah Raja Murah Pekalongan, Pekalongan), 86, 88, 90

Manusia diberi keleluasaan oleh Allah, apakah akan mengikuti petunjuk jalannya atau jalan yang lain. Berdasarkan pilihannya, manusia akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat. Prinsip kebebasan ini secara tegas disebutkan dalam QS.Al-kahfi:29.

قُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ ۚ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۚ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا ۚ وَإِنْ يَسْتَعِينُوا يُعَاثُوا بِمَاءٍ كَأَلْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ ۚ بِئْسَ الْشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرًا فَا

Terjemahan : Dan katakanlah (Muhammad), “Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; barangsiapa menghendaki (beriman) hendaklah dia beriman, dan barangsiapa menghendaki (kafir) biarlah dia kafir.” Sesungguhnya Kami telah menyediakan neraka bagi orang zalim, yang gejolaknya mengepung mereka. Jika mereka meminta pertolongan (minum), mereka akan diberi air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan wajah. (Itulah) minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek.

## 2) Persamaan atau Kesetaraan

Persamaan dan kesetaraan mengandung unsur kesamaan perlakuan dan kesempatan sebagaimana Allah berfirman dalam Surat Al-Maidah Ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ وَعَدِلُوا ۚ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman hendaklah kamu menjadi orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap orang (golongan) lain menyebabkankamu tidak berlaku adil. berlaku adillah kamu karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah karena Allah Maha Mengetahui apa yang kalian kerjakan. (QS. Al-*

### Maidah Ayat 8)

Persamaan dan kesetaraan merupakan salah satu wujud keadilan dalam dunia bisnis. Setiap keputusan bisnis, baik dalam skala individu maupun lembaga, hendaklah dilakukan sesuai kesetaraan dengan apa yang biasa berlaku, dan tidak diputuskan berdasarkan suka atau tidak suka.<sup>28</sup>

### 3) Keadilan

Dalam islam, keadilan merupakan salah satu asas yang harus dijunjung. Allah sendiri mempunyai sifat maha adil (al-adlu) yang harus dicontoh oleh hambanya. Bagi kebanyakan manusia, keadilan sosial adalah sebuah cita-cita luhur. Bahkan setiap negara sering mencantumkan secara tegas tujuan berdirinya negara tersebut diantaranya untuk menegakan keadilan.<sup>29</sup> Banyak ditemukan perintah untuk menegakan keadilan karena islam menghendaki agar setiap orang menikmati hak-haknya sebagai manusia dengan memperoleh pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasarnya yakni terjaminnya keselamatan agamanya, keselamatan diri (jiwa, raga, dan kehormatannya), keselamatan akal nya, keselamatan harta bendanya, dan keselamatan nasab keturunannya. Saran pokok yang menjamin terlaksannya hal-hal tersebut adalah tegaknya keadilan (al-adl) di dalam tatanan kehidupan masyarakat.<sup>30</sup>

### 4) Kejujuran

---

<sup>28</sup> Artha Ully, *Penerapan Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility Di Indonesia*.

<sup>29</sup> Lihat dalam al-quran surat al-hadid ayat 25, surat al-nahl ayat 90, surat yunus ayat 13, surat al-naml ayat 52, surat al-israa ayat 16, surat al-nisa ayat 58, surat l-maida ayat 8, surat al-a'raf ayat 96.

<sup>30</sup> Didin hafidhuddin, *Agar Layar Tetap Berkembang: Upaya Menyelamatkan Umat*, (Jakarta:Gema Insane Press, 2016), 249

Kejujuran adalah suatu pernyataan atau tindakan yang sesuai dengan faktanya sehingga dapat dipercaya dan memberikan pengaruh bagi kesuksesan seseorang. Kejujuran itu ada pada ucapan, juga ada pada perbuatan. Sebagaimana seorang yang melakukan suatu perbuatan, tentu sesuai dengan yang ada pada batinnya. Seseorang yang berbuat riya tidaklah dikatakan sebagai orang yang jujur karena dia telah menampakkan sesuatu yang berbeda dengan apa yang dia telah sembunyikan (di dalam batinnya). Begitu pula orang munafik tidaklah dikatakan sebagai seorang yang bertauhid. Padahal sebaliknya jujur adalah sifat penting bagi islam. Salah satu pilar aqidah islam adalah jujur. Kejujuran adalah perhiasan orang berbudi mulia dan orang berilmu. Oleh sebab itu, sifat jujur sangat dianjurkan untuk dimiliki setiap umat rasulullah SAW hal ini sesuai dengan firman Allah:

نَّ اللَّهُ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُدْوَ الْأَمْنَتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعْمًا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat (Q.S.an-Nisa: 58).

Dari ayat tersebut dapat pemahaman bahwa manusia, selain dapat berlaku tidak jujur terhadap dirinya dan orang lain. Adakalanya berlaku tidak jujur juga kepada Allah dan rasulnya. Maksud dari ketidakjujuran kepada Allah dan rasulnya adalah memenuhi perintah mereka. Dengan demikian, sudah jelas

bahwa kejujuran dalam memelihara amanah merupakan salah satu perintah Allah dan dipandang sebagai salah satu kebajikan bagi orang yang beriman.

#### 5) Kerelaan

Berbicara tentang konsep kerelaan ia merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam akad transaksi apa pun bentuk dan jenisnya. Prinsip kerelaan dalam jual beli, secara implisit mengandung larangan jual beli secara paksa karena apabila ada paksaan dalam transaksi maka itu diharamkan. Tarâdin menjadi salah satu prinsip yang sangat penting dalam transaksi jual beli, karena segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan keridhaan di antara masing-masing pihak. Apabila dalam transaksi tidak terpenuhi prinsip ini, maka sama artinya dengan memakan harta orang lain dengan cara batil. Sebagaimana yang termaktub dalam surat an-Nisa ayat 29. Yang 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”. Dari kandungan ayat di atas, Allah swt., dengan sangat jelas memberikan warning yang keras kepada umat-Nya untuk jangan pernah mengkonsumsi hak orang lain dengan cara batil, dan segala bentuk tjiarah atau perniagaan harus didasarkan pada asas keridhaan dari kedua belah pihak dan masing-masing pihak melaksanakannya dengan penuh kesadaran dan pilihannya, dan menjadi kesempurnaan suatu kerelaan adalah agar apa yang menjadi akad merupakan barang/benda yang diketahui, dan barang/benda yang mampu diserahkan.

Dengan demikian, tanpa adanya unsur keridhaan maka suatu transaksi masuk dalam kategori batil. M. Quraisy Syihab dalam tafsirnya menjelaskan tentang pengertian kerelaan. Beliau menginterpretasikan bahwa dalam jual beli sikap suka sama suka sangat dituntut dan diharuskan, walaupun kerelaan itu merupakan hal yang tersembunyi di lubuk hati, namun indikator dan tandanya dapat dilihat, apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai bentuk serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjuk pada suatu kerelaan.<sup>31</sup>

Adapun penerapan nilai produk dilihat dari produk dan akadnya, yaitu:

1) Produk

Produk BSI menggunakan sistem berbasis syariah, tidak mengandung riba. Soal kehalalan produk inilah yang menjadi incaran jutaan masyarakat muslim di tanah air. Sebagaimana sukses Bank Syariah di Pakistan dan Malaysia yang tumbuh dikisaran 9% setiap tahun, BSI diharapkan juga dapat meraih segmen pasar muslim dengan pertumbuhan lebih tinggi.

2) Akad

Dalam hukum Islam untuk terbentuknya suatu akad (perjanjian) harus memenuhi rukun dan syarat akad. Syarat akad dibedakan menjadi empat macam yaitu;

- a) Syarat terbentuknya akad (*syuruth al-in'iqad*)
- b) Syarat keabsahan akad (*syuruth ash-shihhah*)
- c) Syarat berlakunya akibat hukum akad (*syuruthan-nafadz*) dan

---

<sup>31</sup> Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syari'ah*, (Yogyakarta: BPFE, 2019), 75.

d) Syarat mengikatnya akad (*syuruth al-luzum*).<sup>32</sup>

Dalam hukum Islam, unsur-unsur yang dapat membentuk sesuatu disebut rukun akad adalah unsur-unsur yang membentuk akad, sehingga akad itu terwujud karena adanya unsur-unsur yang membentuknya. Menurut ahli-ahli hukum Islam kontemporer, rukun yang membentuk akad itu ada empat, yaitu;

- a) Para pihak yang membuat akad (*al-'aqidan*),
- b) Pernyataan kehendak /kesepakatan para pihak (*shigatul-aqd*),
- c) Obyek akad (*mahallul-'aqd*), dan
- d) Tujuan akad (*maudhu al-'aqd*).

Rukun-rukun ini harus ada untuk terjadinya akad.

Salah satu syarat terbentuknya akad adalah terjadinya pernyataan kehendak/kesepakatan (*ijab qabul*) yang dilakukan oleh kedua belah pihak. *Ijab dan Qabul* adalah bentuk penawaran dan penerimaan/ persetujuan sebagai pernyataan kehendak untuk tercapainya kesepakatan. Kesepakatan terjadi pada saat ada pertemuan dari dua kehendak yakni penawaran dan penerimaan. Apabila telah diterima atau disetujui oleh pihak lainnya, maka terjadi penerimaan dan terjadi persesuaian kehendak kedua belah pihak.<sup>33</sup>

Dengan tercapainya kesepakatan maka terjadilah akad/ kontrak/perjanjian. Kesepakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara tertulis, dengan cara lisan maupun dengan simbol-simbol tertentu. Dengan cara tertulis dapat dilakukan

---

<sup>32</sup> Syamsul Anwar, 2017, *Hukum Perjanjian Syariah , Studi Tentang Akad dalam Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa), 95.

<sup>33</sup> Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2018), 27.

dengan membuat akta yang mempunyai kekuatan hukum dalam pembuktian.<sup>34</sup>

Syarat terbentuknya akad (*Syurth al-In'iqad*); masing-masing rukun (unsur) yang membentuk akad diatas memerlukan syarat-syarat unsur (rukun) itu dapat berfungsi membentuk akad. Tanpa adanya syarat-syarat dimaksud, rukun akad tidak dapat membentuk akad. Dalam syariah ,syarat-syarat dimaksud disebut syarat-syarat terbentuknya akad (*Syuruth al-In 'iqad*). Rukun pertama, yaitu para pihak harus memenuhi dua syarat yaitu *tamyis*, dan berbilang (*at-ta'addud*). Rukun kedua yaitu pernyataan kehendak, harus memenuhi dua syarat juga, yaitu adanya persesuaian *ijab dan qabul*, dengan kata lain adanya kata sepakat, dan kesatuan majelis akad. Rukun ketiga, yaitu obyek akad, harus memenuhi tiga syarat, yaitu obyek itu dapat diserahkan, tertentu, atau dapat ditentukan, dan obyek itu dapat ditransaksikan. Rukun keempat, memerlukan satu syarat, tidak bertentangan dengan syarak.<sup>35</sup>

Rukun-rukun dan syrat-syarat terbentuknya akad yang disebutkan diatas memerlukan kualitas tambahan sebagai unsur penyempurnaan. Perlu ditegaskan bahwa dengan memenuhi rukun dan syarat-syarat terbentuknya, suatu akad memang sudah terbentuk dan mempunyai wujud yuridis syar'i, namun belum serta merta sah. Untuk sahnya suatu akad, maka rukun dan syarat terbentuknya akad tersebut memerlukan unsur-unsur penyempurnaan yang menjadikan suatu akad sah. Unsur-unsur penyempurnaan ini disebut syarat keabsahan akad. Syarat keabsahan ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu syarat keabsahan umum yang

---

<sup>34</sup> Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2018), 28.

<sup>35</sup> Syamsul Anwar, 2017, *Hukum Perjanjian Syariah , Studi Tentang Akad dalam Fifi Muamalat*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa), 97



berlaku terhadap semua akad dan syarat-syarat khusus yang berlaku bagi masing-masing aneka akad khusus.

### 3) Penerapannya

#### a) Pendanaan/Penghimpunan dana: Wadiah dan mudharabah.

Dengan skema wadiah, nasabah menitipkan dananya kepada bank syariah. Nasabah memperkenankan dananya dimanfaatkan oleh bank syariah untuk beragam keperluan (yang sesuai syariah). Namun bila nasabah hendak menarik dana, bank syariah berkewajiban untuk menyediakan dana tersebut. Umumnya skema wadiah digunakan dalam produk giro dan sebagian jenis tabungan. BSI menggunakan skema ini untuk BSM Giro, BSI TabunganKu dan BSI Tabungan Simpatik.<sup>36</sup>

Dengan skema mudharabah, nasabah menginvestasikan dananya kepada bank syariah untuk dikelola. Dalam skema ini, BSI berfungsi sebagai manajer investasi bagi nasabah dana. Nasabah mempercayakan pengelolaan dana tersebut untuk keperluan bisnis yang menguntungkan (dan sesuai syariah). Hasil keuntungan dari bisnis tersebut akan dibagi hasilnya antara nasabah dana dengan BSI sesuai nisbah yang telah disepakai di muka.<sup>37</sup>

BSI menggunakan skema ini untuk BSI Deposito, Tabungan BSI, BSI Tabungan Berencana, BSI Tabungan Maburr, BSI Tabungan Investa Cendekia dan BSI Tabungan Kurban.

#### b) Pembiayaan/Penyaluran dana:

---

<sup>36</sup> Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economic: Theori and Practise (A Comperative Study)*, (Delhi: Idarah Adabiyah, 2019), 9.

<sup>37</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 12.

*Murabahah, ijarah, istishna, mudharabah, musyarakah* dsb.

Merupakan akad jual beli antara nasabah dengan bank syariah. Bank syariah akan membeli barang kebutuhan nasabah untuk kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah dengan margin yang telah disepakati. Harga jual (pokok pembiayaan + margin) tersebut akan dicicil setiap bulan selama jangka waktu yang disepakati antara nasabah dengan bank syariah. Karena harga jual sudah disepakati di muka, maka angsuran nasabah bersifat tetap selama jangka waktu pembiayaan.<sup>38</sup>

Hampir seluruh pembiayaan konsumtif BSI (BSI Griya, BSI Oto) menggunakan skema ini. Skema ini juga banyak dipergunakan BSI dalam pembiayaan modal kerja atau investasi yang berbentuk barang. Sekitar 70% pembiayaan bank syariah menggunakan skema *murabahah*. Merupakan akad sewa antara nasabah dengan bank syariah. Bank syariah membiayai kebutuhan jasa atau manfaat suatu barang untuk kemudian disewakan kepada nasabah. Umumnya, nasabah membayar sewa ke bank syariah setiap bulan dengan besaran yang telah disepakati di muka.<sup>39</sup>

BSI mengaplikasikan skema ini pada BSI Pembiayaan Eduka (pembiayaan untuk kuliah) dan BSI Pembiayaan Umrah. Beberapa pembiayaan investasi juga menggunakan skema *ijarah*, khususnya skema *ijarah muntahiya bit tamlik* (IMBT). Merupakan akad jual beli antara nasabah dengan bank syariah, namun barang yang hendak dibeli sedang dalam proses pembuatan. Bank syariah

---

<sup>38</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 321.

<sup>39</sup> Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), 29.

membayai pembuatan barang tersebut dan mendapatkan pembayaran dari nasabah sebesar pembiayaan barang ditambah dengan margin keuntungan. Pembayaran angsuran pokok dan margin kepada bank syariah tidak sekaligus pada akhir periode, melainkan dicicil sesuai dengan kesepakatan.

Umumnya bank syariah memanfaatkan skema ini untuk pembiayaan konstruksi. Merupakan akad berbasis bagi hasil, dimana bank syariah menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha/investasi. Merupakan akad berbasis bagi hasil, dimana bank syariah tidak menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha/investasi (biasanya sekitar 70 s.d. 80%).

c) Jasa: *Wakalah, rahn, kafalah, sharf* dsb.

*Wakalah* berarti perwalian/perwakilan. Artinya BSI bekerja untuk mewakili nasabah dalam melakukan suatu hal. BSI mengaplikasikan skema ini pada beragam layanannya semisal transfer uang, L/C, SKBDN dsb.

*Rahn* bermakna gadai. Artinya bank syariah meminjamkan uang (*qardh*) kepada nasabah dengan jaminan yang dititipkan nasabah ke bank syariah. Bank syariah memungut biaya penitipan jaminan tersebut untuk menutup biaya dan keuntungan bank syariah.

BSI mengaplikasikan skema ini pada BSI Gadai Emas iB. Dengan skema *kafalah*, bank syariah menjamin nasabahnya. Bila terjadi sesuatu dengan nasabah, bank syariah akan bertanggung jawab kepada pihak ke-3 sesuai kesepakatan awal.

e. Kepuasan Nasabah

1) Pengertian kepuasan nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa.<sup>40</sup>

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>41</sup>

Definisi kepuasan menurut Engel bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.<sup>42</sup>

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui:

a) Dimensi Produk (meliputi *care product*, *basic product*, *expected product* *augmented product* dan *potential product*).

---

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 192.

<sup>41</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, ( New Jersey: Prentice Hall, 2018), 36.

<sup>42</sup> James F. Engel, et.al. *Perilaku Konsumen*, ahli bahasa FX Budiyanto, (Jakarta: BinarupaAksara, 2016), 11.

b) Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfer pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).

c) Layanan purna jual dan keluhan (meliputi: *customer service*, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah di beli atau digunakan oleh nasabah, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif atau petugas *call center* yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayanan perbankan).<sup>43</sup>

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang di miliki seseorang ketika dirinya telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

Jadi dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya.

## 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, yaitu:

a) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

b) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

---

<sup>43</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prentice Hall, 2020), 195.

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

d) Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

e) Biaya. Konsumen tidak perlu menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu menabung waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mereka akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

f) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen. Dari sini nasabah merasa menunggu lama antrian, jadi dalam implementasi yang ada di bank safir ini pegawai bank kurang bisa mengatur waktu agar nasabahnya tidak lama menunggu untuk menabung di bank tersebut. Seharusnya pegawai di bank safir ini lebih bisa mengatur waktu agar nasabahnya tidak lama menunggu dan apabila kurangnya karyawan sebaiknya ditambahkan karyawan untuk mempercepat urusan yang ada di bank tersebut. Dan pegawai bank harus lebih menerapkan faktor tentang situasi yang dialami oleh nasabahnya agar nasabahnya lebih puas terhadap pelayanannya.<sup>44</sup>

g) Faktor pribadi dari konsumen, yaitu faktor penting bagi proses pembelian dalam diri konsumen. Suatu stimulasi, misalnya program pemasaran suatu perusahaan, akan mempunyai dampak yang berbeda terhadap seorang

---

<sup>44</sup> Ayu Azhari Meliana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Di Bank Safir Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2017), 66.

konsumen dibandingkan konsumen lainnya. Pemahaman atas faktor pribadi ini penting untuk meningkatkan efisiensi suatu program pemasaran. Faktor pribadi terdiri atas: aspek pribadi dan aspek kejiwaan. Contoh aspek pribadi yang berkenaan dengan daya beli menyebabkan pilihan dalam diri konsumen yang bersangkutan dalam wujud pilihan harga versus kualitas, harga versus jumlah, harga versus ketersediaan, harga versus kenyamanan, harga pelayanan, dan lain-lain. Sedangkan aspek kejiwaan yang memengaruhi seseorang dalam tindakan membeli sesuatu barang/jasa.<sup>45</sup>

### 3) Dimensi Kepuasan

Dimensi *servqual* terdiri atas lima dimensi yang menggambarkan kepuasan pelanggan yaitu:

#### a) *Tangibles*

*Tangibles* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Artinya, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan.

#### b) *Reliability*

Dimensi kepuasan pelanggan berikutnya adalah *reliability*. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan. Jika *tangibles* adalah tentang hal yang konkret, *reliability* bisa terbilang lebih abstrak. Ini karena *reliability* bersinggungan langsung dengan harapan konsumen.

#### c) *Responsiveness*

Sama seperti namanya, *responsiveness* berkaitan langsung dengan

---

<sup>45</sup> Hendra ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), 60.

ketanggapan. Artinya, *responsiveness* adalah tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Biasanya *responsiveness* ini juga diikuti dengan penyampaian yang runtut namun tetap mudah dimengerti.

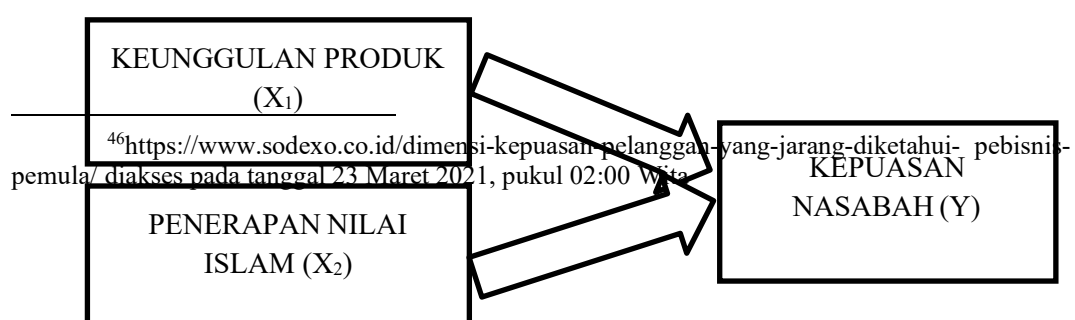
d) *Assurance*

Dimensi berikutnya adalah *assurance*. *Assurance* berkaitan dengan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. *Assurance* ini bisa didapat, misalnya, dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan. Dengan adanya *assurance* maka kepercayaan pelanggan terhadap produk Anda pun akan meningkat.

e) *Empathy*

Dimensi terakhir dari lima dimensi kepuasan pelanggan adalah *empathy*. *Empathy* yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan. *Empathy* akan membantu Anda untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan dari pelanggan dengan spesifik.<sup>46</sup>

### C. Kerangka Pikir





### Gambar. 1

Berdasarkan skema kerangka pikir diatas, dapat diketahui bahwa Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam sebagai variabel bebasnya (*independen*) akan memberikan pengaruh dari variabel terikatnya (*dependen*) yaitu Kepuasan Nasabah.

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih membutuhkan pengujian.<sup>47</sup> Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah:

H<sub>01</sub> : Keunggulan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah

H<sub>a1</sub> : Keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah

H<sub>02</sub> : Penerapan nilai Islam pada produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah

H<sub>a2</sub> : Penerapan nilai Islam pada produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah.

IAIN PALOPO

---

<sup>47</sup> Iwan hermawan, *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi*, (Karawang:Hidayatul Qur'an, 2019), 27

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan fenomena-fenomena yang objektif yang dikaji secara kuantitatif.<sup>48</sup> Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol, kemudian metode ini juga cocok digunakan untuk konfirmasi atau pembuktian.

#### **B. Populasi dan sampel**

1. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau study sensus.<sup>49</sup> Populasi penelitian ini adalah nasabah BSI Cabang Ratulangi Palopo sebanyak 11.582.

2. Sampel adalah suatu bagian yang ditarik dari populasi. Akibatnya sampel selalu merupakan bagian yang lebih kecil dari populasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik Accidental sampling. Accidental sampling yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang bersangkutan layak digunakan sebagai sumber data sebanyak

---

<sup>48</sup> Asep saepul hamdi dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Budy utama, 2017), 5.

<sup>49</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media sahabat cendekia, 2019), 91.

100 sampel.<sup>50</sup>

### C. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah elemen penting dalam pengumpulan data. Mengingat keterbatasan waktu serta data yang ada maka difokuskan pada lokasi tertentu.<sup>51</sup> Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di BSI Cabang Ratulangi Palopo.

### D. Sumber data

Data menurut Arikunto adalah hasil pencatatan penelitian baik berupa angka atau fakta.<sup>52</sup> Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer.

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti atau petugas-petugasnya dari sumber pertamanya.<sup>53</sup> Data primer diperoleh dengan cara memberikan angket kepada responden yang berada di BSI Cabang Ratulangi Palopo. Apabila sudah diisi responden mengembalikan kuesioner tersebut kepada peneliti untuk diolah datanya sehingga menghasilkan suatu informasi tertentu. Responden yang dimaksud pada penelitian ini yaitu nasabah BSI Cabang Ratulangi Palopo.

### E. Tehnik pengumpulan data

#### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra

---

<sup>50</sup> Enny Keristiana Sinaga, dkk, *Statistika*, (Medan: Yayasan kita menulis, 2019), 89.

<sup>51</sup> I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan dan I Nyoman Jayanegara, *Kajian Motivasi Tato Rangka pada Orang Bali*, *Journal Studi Kultural* 1, no. 1 (2016): 29-36.

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), 102.

<sup>53</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), 109.

lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.<sup>54</sup> Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.<sup>55</sup> Dalam menggunakan metode observasi untuk pengumpulan data peneliti harus melakukan pengamatan langsung sekaligus pencatatan terhadap fenomena yang sedang dikumpulkan informasinya.

Metode observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BSI.

## 2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner adalah sebuah alat pengumpulan data dengan menyusun sebuah pernyataan yang akan diajukan kepada responden yang nantinya data tersebut akan diolah agar menghasilkan suatu informasi.<sup>56</sup> Pada penelitian ini menggunakan skala likert (Sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju). Kuesioner ini ditujukan kepada nasabah BSI.

## F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data

Analisis data adalah cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan yang digunakan dalam penelitian.<sup>57</sup> Teknik pengelolaan dan

---

<sup>54</sup> Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Bumi Utama, 2017), 73.

<sup>55</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), 188.

<sup>56</sup> Aris Munandar, dkk *Buku Pedoman Fieldstudy*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 21.

<sup>57</sup> Dr. Juliansyah Noor, S.E., M.M., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2017), 163.

analisis data yang digunakan, yaitu:

#### 1. Uji Validitas dan Reabilitas

Dilakukan untuk menguji angket layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian. Valid (sah) berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabel (dapat diandalkan) berarti instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama yang akan menghasilkan data yang sama.

#### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan menguji normal atau tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan bantuan aplikasi software SPSS 16.0 for windows dengan perumusan sebagai berikut :

$H_0 =$  Data tidak berdistribusi normal  $H_a =$  Data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikan 5% atau  $\alpha = 0,05$  terima  $H_a$  jika nilai Sig. (probabilitas)  $> \alpha$  dan tolak dalam hal lainnya.

#### 3. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Serta menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara

beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

## 5. Uji F

Untuk melakukan pengujian hipotesis ada beberapa ketentuan yang diperlukan untuk diperhatikan. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kelima variabel tersebut sama-sama mempunyai pengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah.

Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (d.f) = (k-1, n-k,  $\alpha$ ), dapat diketahui dari hasil perhitungan computer program SPSS. Kesimpulan yang diambil adalah :

- 1) Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,
- 2) Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan  $F_{tabel}$  derajat kebebasan = (k-1, n-k,  $\alpha$ ).

## G. Defenisi Operasional Variabel Dan Ruang Lingkup Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Variabel $X_1$ (keunggulan produk)	Superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor.	- Kualitas - Keistimewaan - Desain - Gaya - Kemasan

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelayanan</li> <li>- Merek</li> </ul>
2	Variabel X <sub>2</sub> (penerapan nilai islam)	Sifat-sifat (hal-hal) dari ajaran Islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebebasan</li> <li>- Persamaan dan kesetaraan</li> <li>- Keadilan</li> <li>- Kejujuran</li> <li>- Kerelaan</li> </ul>
3	Variabel Y (kepuasan nasabah)	Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tangibles</i></li> <li>- <i>Reliability</i></li> <li>- <i>Responsiveness</i></li> <li>- <i>Assurance</i></li> <li>- <i>Empathy</i></li> </ul>

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Perkembangan bank syariah di Indonesia dewasa ini kian pesat. Maklum, Indonesia termasuk negara muslim terbesar di dunia sehingga memiliki peranan besar dalam membangun ekonomi syariah. Apalagi dengan lahirnya bank syariah raksasa di Tanah Air, yakni Bank Syariah Indonesia. Hasil dari gabungan atau merger tiga bank pelat merah, antara lain Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Kehadiran Bank Syariah Indonesia menjadi tonggak sejarah baru bagi bangsa ini. Dengan penyatuan bank syariah tersebut, Indonesia ditargetkan menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah di dunia.

Bank syariah kerap disebut juga bank Islam. Bank syariah adalah perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam atau syariah. Tidak menerapkan sistem bunga pada layanan mereka. Bank ini dijalankan berdasarkan syariat Islam. Penerapan bunga dilarang dan tidak terjadi dalam bank syariah. Sebab hal tersebut dianggap tidak sesuai dengan syariat Islam. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan mendapatkan sejumlah keuntungan dari sistem tersebut. Keuntungan inilah yang kemudian digunakan pihak bank (selaku pengelola) untuk membiayai seluruh kegiatan operasional perbankan yang dijalankan.

Mengutip laman Otoritas Jasa Keuangan (OJK), inisiatif pendirian bank



Islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba, gagasan perbankan Islam dipraktikkan dalam skala yang relatif terbatas, di antaranya di Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi *Ridho Gusti*). Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, MUI menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat.

Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait. Sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut adalah berdirilah bank syariah pertama di Indonesia, yaitu **PT Bank Muamalat Indonesia (BMI)**, yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000.

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belum mendapat perhatian optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah saat itu hanya diakomodir dalam salah satu ayat tentang "bank dengan sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992. Sayangnya tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha

yang diperbolehkan.

OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah sesuai peta jalan perbankan syariah. Arah pengembangan perbankan syariah yang sebelumnya tertuang pada Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 telah sampai pada masa akhirnya.

Untuk melanjutkan arah pengembangan perbankan syariah dengan mempertimbangkan berbagai isu strategis, peluang maupun tantangan yang dihadapi, Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia periode 2020-2025 disusun dengan membawa visi mewujudkan perbankan syariah yang *resilient*, berdaya saing tinggi, dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial.

Arah pengembangan perbankan syariah ini telah disusun selaras dengan beberapa arah kebijakan, baik kebijakan eksternal yang bersifat nasional seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 dan Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2019-2024, maupun kebijakan internal OJK, yaitu Masterplan Sektor Jasa Keuangan Indonesia dan Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia (RP2I).

Indonesia kini punya bank syariah terbesar. Namanya Bank Syariah Indonesia atau BSI. Sudah beroperasi sejak 1 Februari 2021. BSI adalah hasil merger atau penggabungan tiga bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Dihitung-hitung, Bank Syariah

Indonesia memiliki aset sebesar Rp 245,7 triliun. Sedangkan modal intinya Rp20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, bank syariah ini akan langsung masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya di tahun 2025, targetnya menjadi pemain global. Target tembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain itu, Bank Syariah Indonesia memiliki sekitar 1.200 kantor cabang serta lebih dari 1.700 ATM. Saat ini, BSI berada di kategori bank BUKU III. Ambisinya masuk dalam daftar bank BUKU IV pada tahun 2022.

## 2. Visi dan Misi BSI cabang Ratulangi Palopo

### a. Visi

Visi dari Bank Syariah Mandiri yakni menjadi Bank Syariah Terdepan dan Modern.

1. Untuk Nasabah BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.
2. Untuk Pegawai BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
3. Untuk Investor Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

### b. Misi

Misi dari Bank Syariah Mandiri yakni.

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk mengorganisasi data, menyajikan dan menganalisis data. Cara untuk menggambarkan data adalah dengan melalui teknik statistik seperti membuat tabel, distribusi frekuensi dan diagram atau grafik. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden.

#### **a. Hasil Keunggulan Produk**

Hasil analisis statistika yang berkaitan dengan skor variabel keunggulan produk (X1) diperoleh gambaran karakteristik distribusi skor keunggulan produk yang menunjukkan skor rata-rata adalah 83.85 dan varians sebesar 22.957 dengan standar deviasi sebesar 4.791 dari skor ideal 100, sedangkan rentang skor yang dicapai 16, skor terendah 74 dan skor tertinggi 90. Hal ini digambarkan pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.1 :**  
**Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keunggulan Produk**

Statistik	Nilai Statistik
Ukuran Sampel	100
Rata-rata	83.85
Std. Deviation	54.791
Variance	22.957
Range	16
Minimum	74
Maximum	90

Jika skor keunggulan produk dikelompokkan kedalam empat kategori maka diperoleh tabel distribusi frekuensi dan persentase keunggulan produk. Distribusi frekuensi berfungsi untuk menunjukkan jumlah atau banyaknya item dalam setiap kategori atau kelas.<sup>58</sup> Jadi, skor keunggulan produk dikelompokkan berdasarkan banyaknya item dari setiap kategori sehingga hasil pengukurannya dianalisis melalui metode statistik yang kemudian diberikan interpretasi secara kualitatif.<sup>59</sup> Adapun tabel distribusi frekuensi dan persentase keunggulan produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 :**  
**Perolehan Persentase Kategorisasi Keunggulan Produk**

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
61-70	Kurang Baik	0	0%
71-80	Cukup Baik	10	10%
81-90	Baik	37	37%
91-100	Sangat Baik	53	53%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil analisis data angket penelitian yang diolah, thn 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikemukakan hasil angket pada variabel keunggulan produk yang diperoleh dari sampel penelitian menunjukkan bahwa secara umum nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo mengenai keunggulan

<sup>58</sup> J. Suprianto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Cet I; Erlangga, 2000), 63.

<sup>59</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 35.

produk pada kategori kurang baik diperoleh persentase 0% dengan frekuensi sampel 0 orang. Sedangkan keunggulan produk pada kategori cukup baik diperoleh persentase sebesar 10% dengan frekuensi sampel 10 orang, keunggulan produk pada kategori baik diperoleh persentase 37% karena frekuensi sampel 37 dan keunggulan produk pada kategori sangat baik diperoleh persentase 53% karena frekuensi sampel 53.

Berdasarkan Tabel 4.1 dan 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan produk di BSI Cabang Ratulangi Palopo termasuk dalam kategori sangat baik dengan frekuensi sampel 53 orang dan hasil persentase 53%. Adapun skor rata-rata yaitu 83.85. Tingginya hasil persentase keunggulan produk dipengaruhi oleh jawaban responden terhadap angket yang diberikan.

#### b. Penerapan Nilai Islam

Hasil analisis statistika yang berkaitan dengan skor variabel penerapan nilai Islam (X<sub>2</sub>) diperoleh gambaran karakteristik distribusi skor penerapan nilai Islam yang menunjukkan skor rata-rata adalah 90.06 dan varians sebesar 28.683 dengan standar deviasi sebesar 5.356 dari skor ideal 100, sedangkan rentang skor yang dicapai 25, skor terendah 75 dan skor tertinggi 100. Hal ini digambarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3 :**  
**Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Penerapan Nilai Islam**

<b>Statistik</b>	<b>Nilai Statistik</b>
Ukuran Sampel	100
Rata-rata	90.06
Median	89
Std. Deviation	5.356
Variance	28.683
Range	25

Minimum	75
Maximum	100

Jika skor penerapan nilai Islam dikelompokkan kedalam empat kategori maka diperoleh tabel distribusi frekuensi dan persentase penerapan nilai Islam. Distribusi frekuensi berfungsi untuk menunjukkan jumlah atau banyaknya item dalam setiap kategori atau kelas.<sup>60</sup> Jadi, skor penerapan nilai Islam dikelompokkan berdasarkan banyaknya item dari setiap kategori sehingga hasil pengukurannya dianalisis melalui metode statistik yang kemudian diberikan interpretasi secara kualitatif.<sup>61</sup> Adapun tabel distribusi frekuensi dan persentase penerapan nilai Islam adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 :**  
**Perolehan Persentase Kategorisasi Penerapan Nilai Islam**

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
61-70	Kurang Baik	0	0%
71-80	Cukup Baik	28	28%
81-90	Baik	72	72%
91-100	Sangat Baik	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil analisis data angket penelitian yang diolah, thn 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikemukakan hasil angket pada variabel penerapan nilai Islam yang diperoleh dari sampel penelitian menunjukkan bahwa secara umum kepala nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo memiliki penerapan nilai Islam pada kategori Kurang Baik diperoleh persentase 0% dengan frekuensi sampel 0 orang. Sedangkan penerapan nilai Islam pada ketegori cukup baik diperoleh persentase sebesar 28% dengan frekuensi sampel 28 orang, penerapan

<sup>60</sup> J. Suprianto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Cet I; Erlangga, 2000), 63.

<sup>61</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 35.

nilai Islam pada kategori baik diperoleh persentase 72% karena frekuensi sampel 72 dan penerapan nilai Islam pada kategori sangat baik diperoleh persentase 0% karena frekuensi sampel 0.

Berdasarkan Tabel 4.3 dan 4.4 tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai Islam di BSI cabang Ratulangi Palopo termasuk dalam kategori baik dengan frekuensi 72 orang dan persentase 72%. Adapun skor rata-rata yaitu 90.06. Tingginya hasil persentase penerapan nilai Islam dipengaruhi oleh jawaban responden terhadap angket yang diberikan.

c. Kepuasan Nasabah

Hasil analisis statistika yang berkaitan dengan skor variabel kepuasan nasabah (Y) diperoleh gambaran karakteristik distribusi skor kinerja guru yang menunjukkan skor rata-rata adalah 90.71 dan varians sebesar 47.683 dengan standar deviasi sebesar 6.905 dari skor ideal 100, sedangkan rentang skor yang dicapai 23, skor terendah 77 dan skor tertinggi 100. Hal ini digambarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 :**  
**Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Nasabah**

Statistik	Nilai Statistik
Ukuran Sampel	100
Rata-rata	90.71
Median	92
Std. Deviation	6.905
Variance	47.683
Range	23
Minimum	77
Maximum	100

Jika skor kepuasan nasabah dikelompokkan kedalam empat kategori maka diperoleh tabel distribusi frekuensi dan persentase kepuasan nasabah.



Distribusi frekuensi berfungsi untuk menunjukkan jumlah atau banyaknya item dalam setiap kategori atau kelas.<sup>62</sup> Jadi, skor kepuasan nasabah dikelompokkan berdasarkan banyaknya item dari setiap kategori sehingga hasil pengukurannya dianalisis melalui metode statistik yang kemudian diberikan interpretasi secara kualitatif.<sup>63</sup> Adapun tabel distribusi frekuensi dan persentase kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6 :**  
**Perolehan Persentase Kategorisasi Kepuasan Nasabah**

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
61-70	Kurang Baik	0	0%
71-80	Cukup Baik	10	10%
81-90	Baik	37	37%
91-100	Sangat Baik	53	53%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil analisis data angket penelitian yang diolah, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikemukakan hasil angket pada variabel kepuasan nasabah yang diperoleh dari sampel penelitian menunjukkan bahwa secara umum nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo yang memiliki kepuasan nasabah pada kategori Kurang Baik diperoleh persentase 0% dengan frekuensi sampel 0 orang. Sedangkan kepuasan nasabah pada kategori cukup baik diperoleh persentase sebesar 10% dengan frekuensi sampel 10 orang, kepuasan nasabah pada kategori baik diperoleh persentase 37% karena frekuensi sampel 37 dan kepuasan nasabah pada kategori sangat baik diperoleh persentase 53% karena frekuensi sampel 53.

Berdasarkan Tabel 4.5 dan 4.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa

<sup>62</sup> J. Suprianto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Cet I; Erlangga, 2000), 63

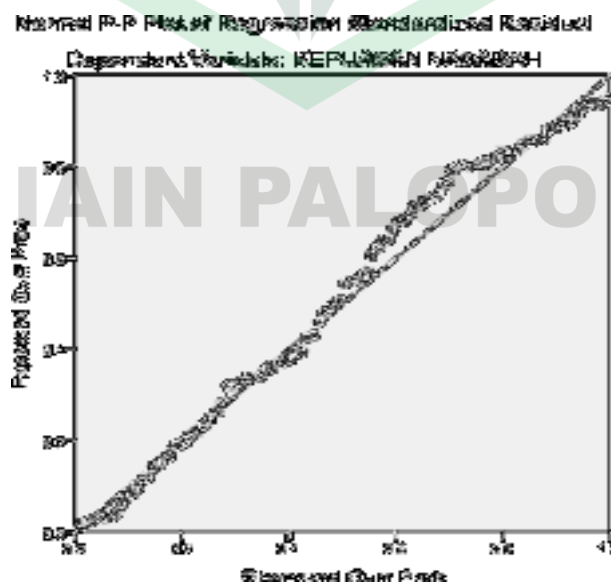
<sup>63</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 35.

kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo termasuk dalam kategori sangat baik dengan frekuensi sampel 53 orang dan hasil peresentase 53%. Adapun skor rata-rata yaitu 90.71 Tingginya hasil peresentase kepuasan nasabah dipengaruhi oleh jawaban responden terhadap angket yang diberikan.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan salah satu uji persyaratan analisis data dengan tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas data dari supervisi akademik, kinerja kepala sekolah dan kinerja guru digunakan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solition*) ver 22 for windows. Dengan uji normalitas probability plot dengan model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.4 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, uji normalitas data dengan menggunakan *probability plot* dapat dikemukakan bahwa data plotting mengikuti garis diagonal yang berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk memahami persyaratan analisis regresi ganda yaitu untuk mengetahui multikolinieritas atau tidak antara variabel bebas. Untuk mengetahui hubungan multikolinieritas, diuji menggunakan *software SPSS for windows ver. 22*, dapat diketahui melalui tabel *coefficients* pada kolom *collinearity statistics*. Apabila angka-angka pada kolom *tolerance* menunjukkan  $> 0.1$  dan *VIF* menunjukkan  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, apabila angka-angka pada kolom *tolerance* menunjukkan  $< 0.1$  dan *VIF* menunjukkan  $> 10$ , maka terjadi multikolinieritas. Adapun outputnya tampak pada tabel berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

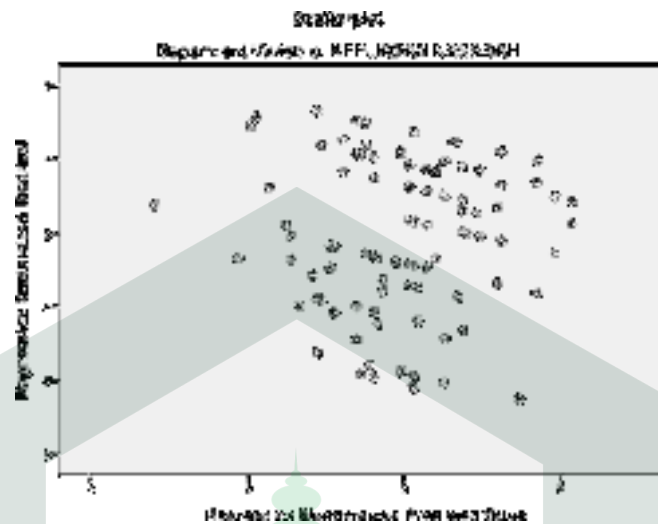
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	51.243	17.443		2.938	.004	
	KEUNGGULAN PRODUK	.180	.143	.125	1.260	.211	.990
	PENERAPAN ISLAM	.270	.128	.210	2.114	.037	.990

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Berdasarkan hasil data tersebut, analisis tabel menunjukkan *tolerance* menunjukkan  $> 0.1$  ( $0.990 > 0.1$ ) dan *VIF* menunjukkan  $< 10$  ( $1.010 < 10$ ) yang

berarti tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastitas



**Gambar 4.4 Uji Normalitas**

Tidak terjadi heteroskedastistitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan gambar tersebut tidak ada pola yang jelas yang berarti bahwa tidak ada gejala heteroskedastistitas.

### 3. Pengujian Hipotesis

- a. Pengujian hipotesis pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo.

Hasil analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan mencari pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo. Hal ini dilakukan dengan menggunakan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Ver. 22 for windows.

Tabel 4.8 Hasil Uji t Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	78.105	12.160		6.423	.000
	Keunggulan Produk	.150	.145	.104	1.038	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel analisis supervisi akademik, data skor kepuasan nasabah (Y) dan keunggulan produk (X1) menghasilkan konstanta “ $\alpha$ ” sebesar 78.105 dan koefisien regresi “ $Bx_1$ ” sebesar 0,150 sehingga persamaan regresinya yaitu:  $Y = \alpha + Bx_1$  atau  $Y = 78.105 + 0,150x_1$ . Pengujian keberartian antara keunggulan produk (X1) dan kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan melalui persamaan regresi  $Y = 78.105 + 0,150x_1$  menunjukkan kenaikan setiap satu skor pada keunggulan produk (X1) menyebabkan kenaikan sebesar 0,150 pada skor hasil kepuasan nasabah (Y) pada konstanta sebesar 78.105 + 0,150.

Pengujian signifikansi koefisien regresi sederhana dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi sehingga dapat digeneralisasikan atau berlaku untuk populasi. Adapun langkah pengujiannya, yaitu dengan menentukan hipotesis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

$H_0$  : Keunggulan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo.

$H_a$  : Keunggulan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo.

Pengujian tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  yang berarti bahwa untuk

mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil analisis melalui tabel model summary menunjukkan koefisien perolehan nilai determinan.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414 <sup>a</sup>	.211	.031	6.903

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Produk

Berdasarkan tabel tersebut, analisis regresi sederhana terhadap keunggulan produk (X1) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan koefisien korelasi  $r_y$  sebesar 0,414. Hasil pengujian keberartian koefisien dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} = 1.038$  signifikan pada taraf nyata 002.

Adapun  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan  $n = 100$  maka  $df = n-2$  yaitu  $100 - 2 = 98$ . Jadi, nilai  $t_{tabel} = 0,1996$ .<sup>66</sup> Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa  $t_{hitung}$   $1.038 \geq t_{tabel} 0,1996$  dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh aspek keunggulan produk (X1) dan kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh antara keunggulan produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien  $R^2$  (R Square) sebesar 0.211 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara aspek keunggulan produk (X1) dan kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien determinasi sebesar 21,1%. Hal ini berarti bahwa 21,1% keunggulan produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

(Y) yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui persamaan  $Y = 78.105 + 0,150X$ .

- b. Pengujian hipotesis pengaruh signifikan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo.

Hasil analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan mencari pengaruh penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) di BSI cabang Palopo. Hal ini dilakukan dengan menggunakan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Ver. 22 for windows.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	67.788	11.519		5.885	.000
1 Penerapan Nilai Islam	.255	.128	.197	1.993	.001

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

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel analisis penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) menghasilkan konstanta “ $\alpha$ ” sebesar 67.788 dan koefisien regresi “ $B_{X_1}$ ” sebesar 0.255 sehingga persamaan regresinya yaitu:  $Y = \alpha + B_{X_1}X$  atau  $Y = 67.788 + 0.255X$ . Pengujian keberartian antara penerapan Nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan melalui persamaan regresi  $Y = 67.788 + 0.255X$  menunjukkan kenaikan setiap satu skor pada penerapan nilai Islam (X2) menyebabkan kenaikan sebesar 0.255 pada skor hasil kepuasan nasabah (Y) pada konstanta sebesar  $67.788 + 0.255X$ .

Pengujian signifikansi koefisien regresi sederhana dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi sehingga dapat digeneralisasikan atau berlaku untuk populasi. Adapun langkah pengujiannya, yaitu dengan menentukan

hipotesis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

$H_0$  : Penerapan nilai Islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo.

$H_a$  : Penerapan nilai Islam berpengaruh secara signifikan kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo.

Pengujian tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  yang berarti bahwa untuk mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil analisis melalui tabel model summary menunjukkan koefisien perolehan nilai determinan.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.397 <sup>a</sup>	.239	.029	6.804

a. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam

Berdasarkan tabel tersebut, analisis regresi sederhana terhadap penerapan nilai Islam (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan koefisien korelasi  $r_y$  sebesar 0.397. Hasil pengujian keberartian koefisien dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} = 1.993$  signifikan pada taraf nyata 0.001. Adapun  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan  $n = 100$  maka  $df = n-2$  yaitu  $100-2 = 98$ . Jadi, nilai  $t_{tabel} = 0.1996$ .<sup>64</sup> Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa  $t_{hitung} 1.993 \geq t_{tabel} 0.1996$  dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh aspek penerapan Nilai Islam (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan

<sup>64</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, "Tabel distribusi t"*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), 244.



nasabah (Y).

Pengaruh antara penerapan nilai Islam (X2) dan kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0.239 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan anatar aspek penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien determinasi sebesar 23,9%. Hal ini berarti bahwa 23,9% penerapan nilai Islam (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui persamaan  $Y = 67.788 + 0.255X$ .

c. Pengujian hipotesis pengaruh keunggulan produk dan penerapan Syariah terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo.

Hasil analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan mencari pengaruh keunggulan produk dan penerapan Syariah ke produk BSI cabang Ratulangi Palopo terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dilakukan dengan menggunakan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Ver. 22 for windows.

**Tabel 4.12 Hasil Uji F Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	olerance	VIF
1	(Constant)	51.243	17.443		2.938	.004		
	KEUNGGULAN PRODUK	.180	.143	.125	1.260	.001	.990	1.010
	PENERAPAN ISLAM	.270	.128	.210	2.114	.003	.990	1.010

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Berdasarkan tabel analisis tersebut, terhadap data skor keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

menghasilkan konstanta “ $\alpha$ ” sebesar 51.243 dan koefisien regresi “ $B_{X_1}$ ” sebesar 0.180 dan koefisien regresi “ $B_{X_2}$ ” sebesar 0.270 sehingga persamaan regresinya yaitu:  $Y = \alpha + B_{X_1}$  atau  $Y = 51.243 + 0.180 + 0.270$ .

Pengujian keberartian antara keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat disimpulkan melalui persamaan regresi  $Y = 51.243 + 0.180 + 0.270$  yang berarti menunjukkan kenaikan setiap satu skor pada keunggulan produk (X1) sebesar 51.243 dan penerapan nilai Islam (X2) sebesar 0.180 menyebabkan kenaikan skor hasil kepuasan nasabah (Y) pada konstanta sebesar  $51.243 + 0.180 + 0.270$ .

Pengujian signifikansi koefisien regresi berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi sehingga dapat digeneralisasikan atau berlaku untuk populasi. Adapun langkah pengujiannya, yaitu dengan menentukan hipotesis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_0$  : keunggulan produk dan penerapan nilai Islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo.

$H_a$  : keunggulan produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo.

Pengujian tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  yang berarti bahwa untuk mengambil keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil analisis melalui tabel model summary menunjukkan koefisien perolehan nilai determinan.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.533 <sup>a</sup>	.354	.135	6.784	2.038

a. Predictors: (Constant), PENERAPAN ISLAM, KEUNGGULAN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Berdasarkan tabel tersebut, analisis keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan koefisien korelasi  $r_y$  sebesar 0.533. Hasil pengujian keberartian koefisien dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} = 2.114$  signifikan pada taraf nyata 0.004. Adapun  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan  $n = 100$  maka  $df = n-2$  yaitu  $100-2 = 98$ . Jadi, nilai  $t_{tabel} = 0.1966$ .<sup>65</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} 2.114 \geq t_{tabel} 0.1966$  dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh aspek keunggulan produk dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh antara keunggulan produk dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien  $R^2$  (R Square) sebesar 0.354 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara aspek keunggulan produk dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien determinasi sebesar 35.4%. Hal ini berarti bahwa 35.4% keunggulan produk dan penerapan nilai Islam (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui persamaan  $Y = 51.243 + 0.180 + 0.270$ .

<sup>65</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, Tabel distribusi t*, 244.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di BSI cabang Ratulangi Palopo yang berasal nasabah di BSI cabang Ratulangi Palopo dapat diketahui bahwa keunggulan produk dikatakan sangat baik dengan frekuensi sampel 53 orang dan hasil persentase 53%. Adapun skor rata-ratanya yaitu 83.85. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung sebesar 21,1%. Keunggulan produk di BSI cabang Ratulangi Palopo sangat baik. Pihak bank berupaya memberikan kinerja yang maksimal melalui produk yang unggul dan berkualitas. Keunggulan produk, terlepas barang atau jasa menjadi salah satu jalan bagi organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, teknologi dan kompetisi dalam suatu industri.<sup>66</sup> Hal ini dapat dijelaskan bahwa keberhasilan suatu produk baru menjadi kunci utama bagi banyak perusahaan termasuk Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini berkaitan dengan penelitian Mukarromah, Lina Lailil, T yang mengemukakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan produk suatu bank sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

---

<sup>66</sup> Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Golo Riwu, 2020), 721.

Keunggulan produk BSI diukur melalui tujuh indikator sebagai berikut.

a. Kualitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk maupun jasa BSI cukup baik. Hal ini dapat diketahui melalui angket yang diisi, yang mengemukakan bahwa kinerja BSI cukup maksimal dalam beroperasi, semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan, daya tahan produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau yang diinginkan, serta produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu.

b. Keistimewaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keistimewaan produk BSI cukup baik. Pihak BSI memperkenalkan keistimewaan produknya dengan sangat baik sehingga nasabah tertarik.

c. Desain dan Gaya

Desain produk BSI memiliki totalitas keistimewaan yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Produk BSI juga menggambarkan penampilan dan perasaan bagi nasabah.

d. Kemasan

Nasabah sangat tertarik dengan produk BSI karena dikemas dengan sangat menarik karena memberikan informasi struktur produk, manfaat, dan informasi tambahan sehingga nasabah tertarik.

e. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan BSI cukup baik bagi nasabah. Pihak bank selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang paling signifikan

yaitu dengan meningkatnya kualitas produk maupun jasa BSI.

f. Merek

BSI mengembangkan sendiri kebijakan-kebijakannya mengenai merek bagi mata produk dalam lini yang sama sehingga memberikan ciri khas bagi BSI.

2. Pengaruh penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BSI Cabang Ratulangi Palopo Dalam Perspektif Islam

Penerapan nilai Islam di BSI Cabang Ratulangi Palopo masuk dalam kategori baik dengan presentase 72% oleh 72 responden. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh signifikan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung sebesar 23,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pihak BSI menerapkan nilai Islam yang baik di bank sehingga dapat dirasakan oleh nasabah. Penelitian ini tidak berkaitan dengan penelitian Mukarromah dan Lina Lailil yang mengemukakan bahwa penerapan nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>67</sup> Bersamaan dengan *Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni* yang mengemukakan bahwa penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan.<sup>68</sup> Hal ini menunjukkan bahwa penerapan nilai Islam selalu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Produk BSI memiliki nilai guna bagi nasabah dan materi yang bermanfaat. Karena dalam Islam barang atau produk yang baik adalah barang yang dapat

<sup>67</sup> Mukarromah, Lina Lailil (2020) *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus*. (Undergraduate thesis, IAIN KUDUS), 2.

<sup>68</sup> *Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*, (Kota Langsa: 2020), 1.

dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>69</sup> Hal juga sesuai di BSI yang berupaya menghasilkan dan memberikan pelayanan sesuai syariat Islam.

Penerapan islam di BSI terlihat pada saat bank melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Pihak BSI membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat antara kedua pihak tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal tertentu. Pihak BSI sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian. Adapun penerapan nilai Islam di BSI cabang palopo menerapkan nilai kebebasan, persamaan dan kesetaraan, keadilan, kejujuran dan kerelaan.

### 3. Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Syariah Ke Produk BSI Cabang Ratulangi Palopo Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di BSI Cabang Ratulangi Palopo dengan penyebaran angket yang telah di uji validitas isi untuk diberikan kepada 100 responden yang berasal dari nasabah BSI Cabang Ratulangi Palopo. Berdasarkan penyebaran angket kepada 100 responden tersebut, dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah dikatakan sangat baik dengan frekuensi sampel 53 orang dan hasil persentase 53%. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung sebesar 35,4%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila BSI memiliki nilai Islam yang

---

<sup>69</sup> Laode M. Kamaluddin, *Empat Belas Bagaimana Rasulullah Saw Membangun Kerajaan Bisnis*, (Jakarta: Republika, 2007), 56.

semakin tinggi maka akan berdampak pada kualitas layanan sehingga nasabah akan merasa puas. Berkaitan dengan penelitian Azis, G., Roni, M., & Anshori, T yang mengemukakan terdapat pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah Pada Bank Syariah (PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Cabang Gresik).<sup>70</sup>

Kepuasan nasabah BSI merupakan harapan dan kinerja hasil yang dirasakan. Umumnya harapan nasabah BSI merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Adapun kepuasan nasabah BSI sangat baik berdasarkan hasil penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa BSI berupaya memberikan pelayanan yang maksimal agar kepuasan nasabah dapat tercapai. Hal inilah yang membuat nasabah merasa aman dan yakin terhadap BSI yang kemudian didukung oleh produk BSI yang unggul sehingga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang semakin meningkat. Adapun kepuasan nasabah tercapai dengan adanya keunggulan produk BSI dan penerapan nilai Islam yang sangat baik.

---

<sup>70</sup> Azis, G., Roni, M., & Anshori, T. (2020, December 1). Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah, Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 93-108.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah ditemukan pada bab IV maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan keunggulan produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung sebesar 21,1% dengan kategori kategori sangat baik dengan hasil perolehan persentase 53% oleh 53 nasabah.

2. Terdapat pengaruh signifikan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung sebesar 23,9% dengan kategori baik dengan presentase 72% oleh 72 responden.

3. Terdapat pengaruh antara aspek keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) didukung oleh koefisien  $R^2$  (R Square) sebesar 0.354 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang diperoleh dari koefisien determinasi sebesar 35.4%. Hal ini berarti bahwa 35.4% keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai Islam (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran kepada para petugas/pegawai dan pimpina Bank Syariah Indonesia cabang Palopo untuk tetap mempertahankan keunggulan produk yang sudah baik dan mencari

cara agar produk bisa menjadi lebih baik lagi, dengan capaian agar para nasabah Bank tetap loyal dan puas terhadap Bank Syariah Indonesia cabang Palopo karna mearasa telah mendapat pelayanan dan prosuk yang sempurna dari Bank. Penerpan nilai Islam juga tetap dipertahankan sehingga membuat Bank bisa terus berkembang serta dapat membantu mengurangi beban masyarakat Palopo dan sekitarnya.



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio M. Syafe'i, *"Bank Islam: Teori dan Praktik"*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2019).
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2017).
- Ashraf Thariq, *Sharia-complaint Investing: Concept and Opportunities*, <http://www.csri.orgnz/document/tashraf>, diakses tanggal 5 April 2016.
- Badruzaman Mariam Darus (et al), *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017).
- Bagus Lorens, *Kamus Filsafat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016).
- Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2019).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2017).
- Djamil Fathurrahman (et al), *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2020).
- Hamdi Asep Saepul dan E. Bahruddin, "Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan", (Yogyakarta: CV Budy utama, 2019).
- Henard, D.H. dan Szymanski, "*Journal of Marketing Research*" dalam D.M., 2001, "Why some new products are more successful than others", *Journal of Marketing Research*, Vol.XXXVIII August. (diakses tanggal 17 Desember 2019 pukul 19:45)
- Hermawan Iwan, "teknik menulis karya ilmiah berbasis aplikasi dan metodologi", (karawang:hidayatul qur'an, 2019).
- I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan dan I Nyoman Jayanegara "Kajian Motivasi Tato Rangda pada Orang Bali" *Journal Studi Kultural* 1, no. 1 (2016)
- Kartono Kartini, *Pegangan Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Alumni Bandung, 2018).

- Kotler Philip dan Ketler Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2017).
- Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Golo Riwu, 2020).
- Mukarromah, Lina Lailil, *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus*, (Undergraduate thesis: IAIN KUDUS, 2020).
- Munandar Aris, dkk “*Buku Pedoman Fieldstudy*”, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019).
- Musrin, *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Wardah, 2017).
- Moleong Lexy J., *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2018).
- Nurdin Ismail dan Hartati Sri, “*Metodologi penelitian sosial*”, (Surabaya: Media sahabat cendekia, 2019).
- Noor Dr. Juliansyah, S.E., M.M., “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Kencana, 2017).
- Pasal 1 ayat 4, Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
- Pasaribu Chairuman dan Lubis Suhrawadi K., *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017).
- Riduwan, *Metode dan Teknik Penyusunan Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sinungan, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2017).
- Suryabrata Sumadi, “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018).
- Umrati dan Hengki Wijaya “*Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*” (Yogyakarta: Budy utama, 2017).
- Wawancara, Prasetyo Rinie Budi Utami (Relationship Manager Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung, 2019).

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Data Keunggulan Produk

<b>KEUNGGULAN PRODUK</b>																	<b>SKOR 100</b>	
<b>SAMPEL</b>	<b>PERNYATAAN</b>																	<b>JUMLAH</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>		
1	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	68	85
2	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	4	5	5	4	3	68	85
3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	69	86
4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	66	83
5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
6	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	64	80
7	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	5	62	78
8	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	69	86
9	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	64	80
10	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	66	83
11	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	65	81
12	4	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	62	78
13	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
14	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
15	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	66	83
16	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	70	88
17	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
18	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	66	83
19	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	4	65	81
20	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	66	83
22	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
23	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
24	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
25	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
26	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
27	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
28	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
29	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
30	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
31	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
32	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
33	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
34	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86

35	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
36	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
37	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
38	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
39	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
40	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
41	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
42	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
43	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
44	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
45	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
46	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
47	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
48	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	3	64	80
49	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
50	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
51	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
52	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
53	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	71	89
55	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
56	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
57	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
58	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
59	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
60	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
61	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
62	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
63	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
64	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	70	88
65	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
66	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
67	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	68	85
68	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
69	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	59	74
70	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
71	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
72	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
73	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
74	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
75	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88

76	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	69	86
77	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	71	89
78	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
79	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
80	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
81	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
82	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
83	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
84	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	69	86
85	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
86	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	66	83
87	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
88	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	68	85
89	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	65	81
90	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76
91	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	66	83
92	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
93	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	70	88
94	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	69	86
95	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	70	88
96	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	72	90
97	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	5	4	4	5	66	83
98	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
99	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	64	80
100	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	61	76



IAIN PALOPO

**Lampiran 2 : Data Penerapan Nilai Islam**

PENERAPAN ISLAM													SKOR 100
SAMPEL	PERNYATAAN											JUMLAH	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
1	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	5	46	84
2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	46	84
3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	48	87
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	49	89
5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	49	89
6	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	48	87
7	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	47	85
8	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	47	85
9	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	46	84
10	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	43	78
11	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	47	85
12	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	41	75
13	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
14	5	5	5	4	3	4	3	4	3	5	5	46	84
15	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
16	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
17	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	48	89
18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	47	85
19	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	46	84
20	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
21	5	4	3	4	2	5	5	4	5	5	4	46	84
22	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	52	96
23	4	5	4	5	5	5	4	5	2	3	4	46	84
24	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
25	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
26	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	47	85
27	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
28	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	51	93
29	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	48	89
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
31	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
32	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
33	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
34	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	50	91
35	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	49	89
36	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
37	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
38	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	47	85
39	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
40	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
41	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
42	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
43	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
44	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	47	85



45	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
46	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
47	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
49	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
50	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
51	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	48	89
52	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
53	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
54	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	41	75
55	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
56	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
57	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
58	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
59	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	50	91
60	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
61	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
62	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
63	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
65	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
66	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
67	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
68	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	52	96
69	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
70	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
71	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
72	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
74	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
75	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
76	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
77	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
78	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
79	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
80	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
81	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
83	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
84	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
85	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	89
86	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
87	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
88	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
89	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
90	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
91	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93

92	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	49	89
93	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51	93
94	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
96	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96
97	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	46	84
98	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	89
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	100
100	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	52	96



**IAIN PALOPO**



46	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	60	92
47	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	62	95
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
50	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
51	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	95
52	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
53	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
54	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	63	97
55	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	60	92
56	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
57	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	57	88
58	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	54	83
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
60	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
61	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
62	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	95
63	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	60	92
64	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	63	97
65	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
66	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	51	78
67	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
68	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
69	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	64	98
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
72	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	95
73	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	63	97
74	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	54	83
75	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	63	97
76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	63	97
77	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	51	78
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	63	97
79	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
81	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
82	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	60	92
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64	98
84	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	63	97
85	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	62	95
86	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	61	94
87	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	95
88	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	51	78
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
90	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	63	97
91	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	58	89
92	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	57	88
93	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
94	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	98
95	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	95

96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	100
97	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	51	78
98	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	63	97
99	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	60	92
100	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	51	78



**IAIN PALOPO**

#### Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif

		Statistics		
		KEUNGGULAN PRODUK	PENERAPAN ISLAM	KEPUASAN NASABAH
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		83.85	90.06	90.71
Median		86.00	89.00	92.00
Std. Deviation		4.791	5.356	6.905
Variance		22.957	28.683	47.683
Range		16	25	23
Minimum		74	75	77
Maximum		90	100	100

#### Lampiran 5 : Hasil Perolehan Frekuensi

KEUNGGULAN PRODUK				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	74	1	1.0	1.0
	76	15	15.0	16.0
	78	2	2.0	18.0
	80	10	10.0	28.0
	81	9	9.0	37.0
	83	8	8.0	45.0
	85	4	4.0	49.0
	86	17	17.0	66.0
	88	19	19.0	85.0
	89	2	2.0	87.0
	90	13	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**PENERAPAN ISLAM**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
75	2	2.0	2.0	2.0
78	1	1.0	1.0	3.0
84	17	17.0	17.0	20.0
85	7	7.0	7.0	27.0
87	2	2.0	2.0	29.0
Valid 89	28	28.0	28.0	57.0
91	2	2.0	2.0	59.0
93	19	19.0	19.0	78.0
96	15	15.0	15.0	93.0
100	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KEPUASAN NASABAH**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
77	3	3.0	3.0	3.0
78	6	6.0	6.0	9.0
80	1	1.0	1.0	10.0
82	4	4.0	4.0	14.0
83	6	6.0	6.0	20.0
85	3	3.0	3.0	23.0
86	6	6.0	6.0	29.0
Valid 88	16	16.0	16.0	45.0
89	2	2.0	2.0	47.0
92	9	9.0	9.0	56.0
94	2	2.0	2.0	58.0
95	9	9.0	9.0	67.0
97	12	12.0	12.0	79.0
98	13	13.0	13.0	92.0
100	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 6 : Hasil Uji t dan Koefisien Determinasi (Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah)**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	78.105	12.160		6.423	.000
	Keunggulan Produk	.150	.145	.104	1.038	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414 <sup>a</sup>	.211	.031	6.903

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Produk

**Lampiran 7 : Hasil Uji t dan Koefisien Determinasi (Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah)**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67.788	11.519		5.885	.000
	Penerapan Nilai Islam	.255	.128	.197	1.993	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 <sup>a</sup>	.239	.029	6.804

a. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam



**Lampiran 8 : Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi (Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah)**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	51.243	17.443		2.938	.004		
	KEUNGGULAN PRODUK	.180	.143	.125	1.260	.001	.990	1.010
	PENERAPAN ISLAM	.270	.128	.210	2.114	.003	.990	1.010

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.533 <sup>a</sup>	.354	.135	6.784	2.038

a. Predictors: (Constant), PENERAPAN ISLAM, KEUNGGULAN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

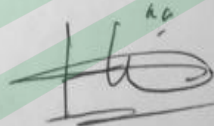
## KATA PENGANTAR KUESIONER

Dengan hormat,

Perkenankanlah saya meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul "PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN ISLAM TERHADAP KEPUASAAN NASABAH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI PALOPO)".

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Palopo, 01 Desember 2020



**Huri Safira**

**IAIN PALOPO**



**IAIN PALOPO**