

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN  
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA  
BANK SYARIAH INDONESIA**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN  
NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA  
BANK SYARIAH INDONESIA**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Dr. Takdir,S.H.,M.H**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jabal Nur  
NIM : 16 0402 0203  
Program studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 28 Juli 2022

Yang r



Jabal Nur  
NIM. 16 0402 0203

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Islam terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Pandemi Covid -19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo yang ditulis oleh Jabal Nur., Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0203, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 19 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan 17 Ramadhan 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 07 Juni 2022

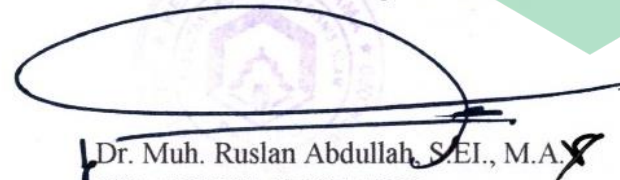
### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc         | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.              | Penguji I         | (  ) |
| 4. Ilham, S.Ag., M.A.                    | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Takdir, S.H., M.H.                | Pembimbing I      | (  ) |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo  
u.b Wakil Dekan Bidang Akademik

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
NIP. 19801004 200901 1 007

  
Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP. 19861020 20153 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا

مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Keunggulan Produk dan penerpapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada BSI”***, dapat rampung walaupun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan Shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan kekuatan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak.

Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta Ayah dan ibunda Tajuddin.P dan Rosdiati yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moral maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk doa dan

dukunganmu selama ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof Dr. Abdul Pirol M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M., serta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah,S.EI.,M.A.,Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Si. Ak., Ca., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, SH., MH., yang telah membantu mensukseskan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Bapak Hendra Safri, S.E., M.M. seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu, mendidik, membimbing, mengajar dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga Allah Swt., melimpahkan amal kebaikan mereka. Amin.
4. Dr.Takdir,S.H.,M.H selaku pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis selama melaksanakan

perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.

5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang. S.Ag., M.Pd, beserta stafnya yang telah banyak membantu penulis, khususnya dalam mengumpulkan literature-literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Pada Dosen institut Agama Islam Negri (IAIN) Palopo, yang selama ini banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menghadapi segala tantangan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Staff IAIN Palopo yang telah memberikan informasi dan bantuan yang berkaitan dengan akademik.
8. Pimpinan dan segenap karyawan BSI KCP Kota Palopo yang telah membantu penulis dalam penelitian skripsi, yang selama ini memberikan ilmu ,pengalaman dan keterangan -keterangan dari wawancara tertuang di dalam hasil penelitian skripsi ini.
9. Untuk Saudara/Saudari penulisan Anggi Saputra, Muh Al Qadri dan Abdul Fadil,yang selama ini sudah membantu dan mendoakan . Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita di surga-NYA kelak.
10. Untuk teman terbaik penulis Muh. Adli Ashari, Aksal, , Rika jelita, Sarwan, Samsidar, Sakina Ramadhani MJ,Rizki Awaliyah Ramadhani , dan serta kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (Khususnya kelas PBS C) dan Grup “Pejuang skripsi”.



Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Sebelum penulis akhiri, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini disebabkan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo, 2022

Penulis



## 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	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
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 vokal tunggal 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
آ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I

اَ	<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
اِيّ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اُوّ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

### 3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِيّ	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	A	a dan garis di atas
اِ... اِيّ	<i>Kasrah dan yā'</i>	I	i dan garis di atas
اُوّ	<i>ḍammah dan wau</i>	U	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā'marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'marbūtah* ada dua, yaitu: *tā'marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan damma, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūtah* itu transliterasinya dengan ha (ha). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-aṭ fāl*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (◌◌), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*  
نَجَّيْنَا : *najjainā*  
الْحَقُّ : *al-ḥaqq*  
نُعْمٌ : *nu'ima*  
عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سَيِّسِي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.  
Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

#### 6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).  
Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*al-zalzalāh*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata *al-Qur’an* (dari *al-Qur’ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba’īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri’āyah al-Maṣlahah*

#### 9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaiḥ* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِاللَّهِ dīnillah

Adapun *tā’ marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillah*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur'ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥāmid Abū)

SWT= Subhanahū Wa Ta'ala

SAW = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

AS= ‘Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat Tahun

Q.S.. = QS al-Baqarah2 : 275

Contoh:

*Wamā Muḥammadun illārasūl*

*Inna awwala baitin wudi’ a linnāsi lallazībi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihī al-Qur’ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū(bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan di bawah ini :

SWT. = subhānahūwata “‘âlâ

SAW. = sallallāhu,,alaihiwasallam

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: 276



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Landasan Teori.....	11
C. Kerangka Pikir .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi penelitian .....	48
C. Populasi dan sampel .....	48
D. Sumber Data.....	50
E. Definisi Oprasional .....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Pegolahan Data .....	51
H. Uji Instrumen .....	52
I. Uji Asumsi klasisk .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN</b> .....	<b>60</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	60
B. Hasil penelitian .....	67
C. Pembahasan.....	73

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>77</b>
A. Simpulan .....	77
B. Saran.....	78

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS. An Nisa 58.....	21
Kutipan Ayat QS. Al- Baqarah 275 .....	33



## DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Perbedaan Antara Bunga dan Bagi Hasil .....	17
2.2 Tabel Perbedaan Perbankan Syariah dan Konvensional.....	18
3.1 Tabel Definisi Oparasional Variabel.....	50
3.2. Tabel Alternatif jawaban .....	52
3.3 Tabel Hasil Uji Validitas .....	53
3.4 Tabel Hasil Uji Realibilas .....	54
4.1 Tabel Nama-nama Kariyawan Bank Syariah Indonesia Kcp Palopo .....	62
4.2 Tabel Hasil Uji Normalitas .....	67
4.3 Tabel Hasil Uji Multikolenialitas .....	68
4.4 Tabel Hasil Uji koefisien determinasi .....	69
4.5 Tabel Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.6 Tabel Hasil Uji simultan .....	72
4.7 Tabel Hasil Uji Analisis berganda .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	46
Gambar 4.1 Stuktur Organisis Bank Syariah Indonesia Kcp Palopo .....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	69



## ABSTRAK

**Jabal Nur., 2022.** “ *Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah dimasa Pandemi Covid-19 pada BSI*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh bapak Takdir.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI, 2) Apakah penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI, 3) Apakah keunggulan produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diperoleh melalui dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dengan penyebaran angket/kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian, data ini diperoleh dari buku maupun sumber lainnya. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diperoleh jawaban atas permasalahan yang ada dan menarik kesimpulan ialah *pertama* Dari hasil uji t diperoleh nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,10, maka hal ini menandakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variable pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah, *kedua* Dari hasil uji f diperoleh nilai signifikan 1,000 lebih besar dari taraf 0,10 yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari variable keunggulan produk dan penerapan Islam secara simultan. *Ketiga* Dari hasil uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variable memiliki interaksi antara variable keunggulan produk dan penerapan nilai Islam dengan signifikan  $0,071 < 0,10$ , maka disimpulkan variable penerapan nilai Islam memoderasi dalam hubungan antara variable keunggulan produk terhadap variable kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** *Pengaruh, Keunggulan Produk, Penerapan Nilai Islam, BSI.*



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Bank bagi masyarakat yang berada di negara maju, seperti di Eropa, Asia dan Amerika sudah menjadi suatu keinginan utama yang harus terpenuhi. Bank merupakan relasi dalam memenuhi semua kebutuhan finansial sehari-hari. Lokasi atau sarana untuk berdiskusi atau komunikasi yang berhubungan dengan finansial seperti tempat mengamankan uang, melakukan penanaman modal, pengiriman uang, melakukan penyetoran, atau melakukan penagihan.<sup>1</sup>

Bank adalah lembaga yang bertujuan untuk menyimpan dana dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan uang ataupun modal. Dalam lembaga syariah prinsip yang dipakai ialah bagi hasil. Adanya bank syariah dalam system perbankan indonesia sebenarnya sudah diatur sejak tahun 1992, Akan tetapi undang-undang tersebut tidak secara spesifik menjabarkan tentang pengembangan lembaga keuangan, akan tetapi mengenai system bagi hasil(mudharabah) sehingga, pada tahun 1998 dilakukan perubahan Undang-Undang dari Tahun 1992 menjadi Tahun 1998 yaitu Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana,2018),7.

<sup>2</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018), 127

Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peranan bank nasional sesuai tugas dan tanggung jawab dalam mengerahkan dana menyalurkan dana masyarakat dengan mengutamakan koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa perbedaan.

Fenomena yang terjadi pada saat ini dapat dilihat bahwa persaingan antara bank semakin kuat sehingga setiap bank dituntut untuk mampu bertahan dalam persaingan bisnis perbankan. Seiring dengan meningkatkan persaingan dalam bisnis jasa perbankan, setiap bank harus mengetahui pentingnya membangun kepuasan nasabah agar mereka tetap merasa puas.

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 didasarkan pada kualitas produk, tetapi juga tergantung pada strategi yang diadopsi oleh perusahaan. Keberhasilan suatu produk baru adalah kunci bagi banyak bisnis. Ini dibahas karena keunggulan produk, terlepas dari barang atau jasa, adalah cara bagi organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan persaingan dalam suatu sektor.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Joko Hadi Purnomo, "Uang dan Moneter dalam Sistem Keuangan Islam". *Journal of Sharia Economics*. 1(2). 2019. 80-100.

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. Beberapa 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. Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama BSI agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan.<sup>4</sup>

Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai konsumen (*customer value*). Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan konsumen.<sup>5</sup>

BSI adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia yang sukses dalam meraih kepercayaan masyarakat. Akan tetapi salah satu yang

---

<sup>4</sup> Lupiyoadi Rambat, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 232.

<sup>5</sup>Muh Ruslan Abdullah, Fasiha Kamal, *Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar, Lumbung Informasi Pendidikan, 2018), 54.

perlu diwaspadai dalam menumbuhkan keprofesionalan BSI yaitu dengan meningkatkan terus loyalitas nasabah yang telah terjalin. Karena akan berdampak positif bagi perkembangan Bank Syariah palopo itu sendiri. Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh BSI untuk meningkatkan loyalitas adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara survey nasabah BSI untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya. Nasabah dalam hal ini adalah mereka para konsumen yang menabungkan uang mereka, maupun yang melakukan transaksi kredit dengan suatu bank atau lembaga keuangan.<sup>6</sup>

Pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan secara ikhlas untuk memenuhi kebutuhan nasabah atau bahkan melebihi harapan. Menurut Ton Koufman dalam bukunya *Service with a smile* disebutkan bahwa layanan penting bagi bank karena layanan merupakan bagian penting dari bisnis perusahaan yaitu layanan bukan lagi pilihan tetapi sesuatu yang harus ada dalam sebuah perusahaan jasa, layanan dibutuhkan oleh nasabah yang artinya jika anda tidak memperdulikan customer maka mereka akan melakukan hal yang sama, artinya pelanggan harus dapat dipuaskan oleh bank. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana bank memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Rury Almaeda, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Penghimpunan Dana Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)," ( Jurnal Online Mahasiswa FISIP, vol. 4, ). 2

<sup>7</sup> Teguh Meiyanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Agustus 2019),14.

Kualitas pelayanan mempunyai peran penting untuk menentukan puas atau tidaknya seseorang atau kelompok konsumen, dan dari waktu ke waktu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa harus semakin baik demi menjaga loyalitas nasabah. Hal tersebut akan menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (terutama di BSI) dalam transaksi keuangan mereka semakin meningkat seiring dari usaha pihak manajemen sendiri yang kian dapat menanamkan kepercayaan kepada masyarakat.

Dengan adanya penerapan nilai-nilai Islam pada setiap kegiatan perbankan syariah seperti perjanjian atau akad yang dilakukan antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat membantu proses perkembangan perbankan syariah kedepannya. Dengan menerapkan nilai-nilai Islam tersebut diharapkan sanggup menyalurkan kepuasan kepada nasabah. Nilai-nilai Islam yang harus digunakan dalam kegiatan perbankan syariah berlandaskan hukum perjanjian Islam seperti, *Al-'adalah* (keadilan), *al-musawah* (persamaan atau kesederajatan), *Ash-shidq* (kejujuran).<sup>8</sup>

Corona virus adalah kumpulan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (*pneumonia*). Virus ini menular melalui percikan

---

<sup>8</sup>Utomo Budi, *analisis pembiayaan mudharabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu banyumanik, Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, (Salatiga, 2014): 44, repository.radenintan.ac.id.

dahak (*droplet*) dari saluran pernapasan, misalnya ketika berada di ruang tertutup yang ramai dengan sirkulasi udara yang kurang baik atau kontak langsung dengan droplet. Perbankan syariah menghadapi sejumlah tantangan di tengah wabah Covid-19 memberikan dampak yang cukup luas terhadap kegiatan yang dilakukan masyarakat, salah satunya adalah dampak dalam kegiatan perekonomian dalam lembaga keuangan perbankan baik dalam bank konvensional maupun bank syariah.

Memiliki nasabah yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas nasabah dapat dibentuk melalui beberapa tahap, mulai dari mencari calon nasabah sampai dengan *advocate customers* yang akan membawa keuntungan perusahaan. Loyalitas nasabah mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan menarik dan mempertahankan mereka.<sup>9</sup>

Jika harapan nasabah tercapai maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Hal itu perlu mendapat perhatian khusus bagi Bank Syariah palopo, karena menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu bank tidak mudah. Oleh karena itu sangat diperlukan penerapan pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya, agar para nasabah mendapatkan kepuasan atas

---

<sup>9</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2018),127.

pelayanan sehingga nasabah akan menjadi loyal dan tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi BSI itu sendiri.

Berdasarkan hasil telah terhadap suatu produk wadiah yang di unggulkan pada BSI pihak bank telah berupaya semaksimal mungkin agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah pada masa pandemi covid 19 dalam menggunakan produk gadai syariah, namun kehadiran covid 19 membuat aktivitas Bank Syariah Indonesia tidak berlangsung seperti biasanya dan membuat ketidaknyaman nasabah menggunakan produk bank BSI.

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam yang diberikan oleh bank dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah di masa pandemi covid 19. terlepas dari itu peneliti maka peneliti mengangkat judul *“Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada BSI”*.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang ada serta mempermudah pembahasan agar lebih terarah dan mendalam sesuai dengan sasaran maka penulis merumuskan masalah, sebagai berikut:

1. Apakah keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada BSI?
2. Apakah penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI?
3. Apakah Keunggulan produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh



secara simultan terhadap kepuasan Nasabah pada BSI?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tentang pengaruh signifikan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada BSI.
2. Mengetahui tentang pengaruh signifikan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah pada BSI.
3. Mengetahui tentang pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BSI.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Diharapkan peneliti ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang pastinya berguna diwaktu yang akan datang.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan peneliti ini dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan untuk kebijakan-kebijakan perusahaan pada periode-periodeselanjutnya.

c. Bagi pihak-pihak lain

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Nila Nadhiroh dengan judul *‘pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung’*. Memberikan kualitas produk yang terbaik, Bank Muamalat Tulungagung selain memberikan kualitas produk yang baik juga menerapkan nilai Islam, agar nasabah selalu yakin dengan apa yang dilakukan Bank Muamalat Tulungagung berdasarkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesederajatan, ketentraman, jaminan dan persaingan sehat. selain itu kualitas produk juga selalu diberikan agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati produk yang diberikan oleh Bank Muamalat Tulungagung. Kualitas produk dan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan.

Azis, G., Roni, M., & Anshori, T (2020), 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>10</sup> Perbedaan dengan peneliti sebelumnya adalah study kasus pada penelitian. Persamaan peneliti sebelumnya dengan sekarang sama-sama membahas tentang penerapan nilai islam dan kepuasan nasabah.

*Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni (2020)* 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

---

<sup>10</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>

nilai-nilai Islam memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan.<sup>11</sup> Perbedaan peneliti sebelumnya membahas tentang pengetahuan masyarakat sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang keunggulan produk. Persamaan peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menjadikan penerapan nilai islam sebagai variabel independen.

## B. Landasan Teori

### 1. Bank Syariah

#### a. Pengertian bank syariah

Bank syariah merupakan istilah yang disepakati di Indonesia untuk menyatakan jenis bank yang dalam pelaksanaannya berdasarkan prinsip syariah. Namun bank syariah (*Islamic Bank*) merupakan istilah yang digunakan secara luas di negara lain untuk menyebut bank dengan prinsip syariah, selain itu ada istilah lain yang mengacuh pada bank syariah antara lain *interest free bank*, *lariba bank*, dan *shari'a bank*.<sup>12</sup>

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tentang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari tiga jenis yaitu Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>13</sup>

<sup>11</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

<sup>12</sup>Muh. Ruslan Abdullah,S.EI.,MA dan Fasiha,S.EI.ME.I, *Pengantar Islamic Economics*,(Makassar, Lumbung Informasi Pendidikan,2013),100.

<sup>13</sup>Andri Soematri, *Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Islam*, .(Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014).5.

- 1.) Bank Umum Syariah (BUS) adalah Bank yang melakukan kegiatan usahanya memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.
- 2.) Unit Usaha Syariah (UUS) adalah satuan kerjadari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor pusat dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang bank yang beroperasi di luar negeri yang secara konvensional. Terlibat dalam kegiatan bisnis berfungsi sebagai kantor pusat dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit Syariah.
- 3.) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas dalam pembayaran. Bentuk hukum bank pembiayaan rakyat syariah perseroan terbatas. Hanya boleh dimiliki oleh Warga Negara Indonesia atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara Warga Negara Indonesia atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.

#### b. Dasar Hukum Bank Syariah

Sistem perbankan nasional yang bertransformasi dari *single banking system* menjadi *dual banking system* tentunya memerlukan kesiapan dari Pemerintah untuk responsif terhadap ketersediaan perangkat pendukung seperti infrastruktur Sumber Daya Manusia dan yang terpenting adalah kelengkapan perangkat hukum berupa regulasi yang diatur dalam peraturan perundangan-

undangan tentang perbankan syariah secara tingkatan yang berjenjang sesuai dengan fungsi-fungsi regulasi.

Dasar hukum perbankan syariah nasional dapat dilihat secara umum dan khususnya. Dasar hukum secara umum adalah segala bentuk peraturan perundangan-undangan yang terkait dengan aspek hukum perbankan syariah yang secara berurut meliputi:<sup>14</sup>

- 1.) Undang-undang 1945 dalam ketentuan yang mengatur tentang Perekonomian Negara dan Prinsip Demokrasi Ekonomi.
- 2.) Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan.
- 3.) Undang-undang RI No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang RI No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.
- 4.) Undang-undang RI No. 40 Tahun 2008 tentang Perseroan Terbatas.
- 5.) Undang-undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- 6.) Undang-undang RI No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.
- 7.) Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan sebagai peraturan pelaksana Undang-undang.

#### c. Sejarah Bank Syariah di Indonesia

Deregulasi perbankan dimulai sejak tahun 1983. Pada tahun tersebut, BI memberikan keleluasaan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga.

---

<sup>14</sup>Muammar Arafat Yusmad, *Aspek hukum perbankan syariah dari teori-teori ke praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017),16.



Pemerintah berharap, kebijakan deregulasi perbankan maka akan menciptakan kondisi dunia perbankan yang lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian. Pada tahun 1983, pemerintah Indonesia berencana menerapkan "sistem bagi hasil" dalam kredit yang merupakan konsep perbankan syariah.

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (*Pakto 88*) yang membuka kesempatan seluas-luasnya peluang usaha untuk mendukung pembangunan (liberalisasi sistem perbankan). Meskipun lebih banyak bank konvensional yang didirikan, beberapa usaha perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah juga bermunculan.

Inisiatif mendirikan bank Islam Indoensia dimulai pada tahun 1980 melalui pembahasan bertema bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba, ide perbankan Islam dipraktekkan dalam skala yang relatif terbatas, antara lain di Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi *Ridho Gusti*).

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belumlah memperoleh perhatian yang 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, tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan.

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan terhadap UU No.7/1992 menjadi UU No.10 Tahun 1998 yang secara eksplisit menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam

perbankan di dalam negeri (*dual banking system*) yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Kesempatan ini disambut hanga oleh kalangan masyarakat perbankan yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yaitu Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Acehdll.

Pengesahan beberapa produk peraturan perundangan-undangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah, seperti: (i) UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; (ii) UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (sukuk); dan (iii) UU No.42 tahun 2009 tentang Amandemen Ketiga UU No.8 tahun 1983 tentang PPN Barang dan Jasa. Dengan berlakunya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dikeluarkan pada tanggal 16 Juli 2008, perkembangan industri perbankan syariah nasional akan memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih pesat lagi. Dengan kemajuan pembangunan yang mengesankan, yang mencapai rata-rata pertumbuhan asset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Lahirnya UU Perbankan Syariah mendorong peningkatan jumlah BUS dari sebanyak 5 BUS menjadi 11 BUS dalam waktu kurang dari dua tahun (2009-2010).

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan, maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga beralih ke OJK. OJK selaku otoritas sektor

jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam *Roadmap* Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 yang diluncurkan pada Pasar Rakyat Syariah 2014. *Roadmap* ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi inisiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan.<sup>15</sup>

Menurut UU RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang disebut oleh bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank Syariah adalah sistem perbankan dalam Ekonomi Islam didasarkan pada konsep bagi hasil baik keuntungan maupun kerugian. Ini artinya siapapun yang ingin mendapatkan hasil dari tabungannya, juga harus mau mengambil risiko. Bank syariah dikembangkan atas dasar prinsip-prinsip yang tidak memungkinkan pemisahan antara hal-hal duniawi. Prinsip ini menurut ketaatan pada syariah sebagai dasar dari semua aspek kehidupan, kepatuhan ini tidak hanya dalam hal ibadah ritual, tetapi transaksi bisnis harus sesuai dengan ajaran syariah.

Menurut Muhammad, bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah, atau biasa disebut bank bebas bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasi dan produknya dikembangkan berdasarkan Alquran dan Al-Hadits. Dengan kata lain, bank syariah adalah

---

<sup>15</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx> (Diakses pada tanggal 18 September 2020).

lembaga keuangan yang bisnis utamanya menyediakan pembiayaan dan layanan lainnya dalam lalu lintas pembayaran dan sirkulasi uang berdasarkan Syariah Islam.<sup>16</sup>

Prinsip Dasar Perbankan Syariah Dalam operasinya, bank Syariah mengikuti kaidah dan norma syariah, seperti yang tertuang dalam pengertian diatas, yaitu:

- 1) Bebas dari bunga (*riba*);
- 2) Bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*);
- 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*);
- 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*); dan
- 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Bunga Dan Bagi Hasil

No.	BUNGA	BAGI HASIL
1.	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan.	Penetapan rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada saat akad berdasarkan kemungkinan untung dan rugi.
2.	Besarnya persentase didasarkan pada jumlah dana/ modal yang dipinjamkan.	Besarnya nisbah bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
3.	Bunga dapat mengambang/variabel, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah dengan kesepakatan bersama.
4.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan peminjam untung atau rugi.	Bagi hasil tergantung dari keuntungan bisnis yang dijalankan. Jika usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama.
5.	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai..dengan..peningkatan keuntungan.
6.	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

<sup>16</sup>Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*,(Yogyakarta, UPP AMP YKPN,2005),1.

Beberapa peraturan tentang kerahasiaan bank dalam UU Perbankan Syariah yang berbeda dari UU Perbankan konvensional meliputi:<sup>17</sup>

- a) Sebuah tidak ada pengecualian untuk kerahasiaan bank untuk keperluan piutang yang telah diserahkan kepada BUPLN / PUPN tidak diatur, sebagaimana diatur dalam undang-undang perbankan konvensional. Oleh karena itu, pengecualian untuk rahasia bank yang dapat dimintakan izin dari BI terbatas pada tujuan perpajakan dan kepentingan kehakiman dalam kasus pidana. Selain itu ada pengecualian lain yang tidak memerlukan izin dari BI, yaitu dalam kasus perdata antara bank dan pelanggan mereka, dalam konteks pertukaran informasi antara bank, dan atas permintaan, persetujuan atau surat kuasa dari pelanggan, dan untuk ahli waris hukum dalam hal pelanggan telah mati.
- b) Ketentuan untuk penyelidikan diperluas, tidak hanya terbatas pada jaksa atau polisi, tetapi juga berlaku untuk penyelidik lain yang diberi wewenang berdasarkan Undang-Undang (Pasal 43).

Dengan demikian penyidik di luar polisi atau jaksa dapat meminta informasi tentang kerahasiaan bank, tetapi permintaan tersebut masih diajukan oleh kepala badan / departemen atau tingkat menteri.

Untuk melihat secara ringkas perbedaan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional dapat dilihat pada tabel berikut:<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>Sudirman. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. *Lembaga Pinjaman Simpanan (LPS)*, 2008.

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

No.	Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Filsafat	Bagi hasil ( <i>Mudharabah</i> )	Berdasarkan sistem bunga
2.	Operasional	Dana masyarakat berupa titipan dan investasi yang baru akan mendapatkan hasil jika “diusahakan” terlebih dahulu penyaluran pada usaha yang halal dan menguntungkan.	Dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo penyaluran pada sector yang menuntungkan, aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
3.	Aspek Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi misi.	Tidak diketahui secara jelas.
4.	Organisasi	Harus memiliki dewan pengawas syariah.	Tidak memiliki DPS.

Pada dasarnya dana bank syariah terdiri atas, Modal, Titipan dan Investasi  
Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- a. Modal adalah dana yang diberikan oleh pemilik (*owner*). Pada akhir periode tahun buku, setelah menghitung laba yang diperoleh pada tahun tersebut, pemilik modal akan menerima bagian dari usahanya yang biasa dikenal dengan *dividen*. Dana modal dapat digunakan untuk membeli gedung, tanah, perlengkapan dan sebagainya yang langsung dihasilkan (*fixed asset/ non earning asset*). Selain itu, modal juga dapat digunakan untuk hal-hal produktif yaitu disalurkan ke pembiayaan. Pembiayaan

<sup>18</sup>Institusi Bakri Indonesia (Tim Pengembangan Syariah), *Konsep produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, (Jakarta: Djembatan, 2001),27.

yang bersumber dari modal, hasilnya tentu saja tidak dibagikan kepada pemilik dana lain.

b. Titipan merupakan salah satu prinsip yang digunakan oleh bank syariah dalam menggalang dana dengan menggunakan prinsip titipan. Akad menurut prinsip adalah *Al-Wadiah*. *Al-Wadiah* adalah titipan murni yang sewaktu-waktu dapat diambil sesuai keinginan pemiliknya. Secara umum ada dua jenis wadiah yaitu *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad adhdhamanah*.

c. Investasi yaitu prinsip lain yang digunakan adalah prinsip investasi. Akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *mudharabah*. Tujuan dari mudharabah adalah kerja sama antar pemilik dana (*shahibul mal*) dan pengelola dana (*mudharib*).

d. Produk-produk Bank Syariah

Produk adalah barang dan jasa yang dapat diperdagangkan. Dalam pemasaran, suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan bagi konsumen.

Sesuai dengan definisi yang di atas, produk dapat dikelompokkan menjadi

dua macam sebagai berikut :

- 1) Produk yang berupa benda fisik atau benda yang berwujud seperti makanan, pulpen, buku dan lain-lain.
- 2) Produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat dipersembahkan dalam berbagai kegiatan seperti: acara pribadi, kegiatan organisasi dan lainnya.

#### d. Produk Bank Syariah

Sebenarnya secara umum terdapat beberapa produk yang secara teknis keuangan dapat dikembangkan bank untuk dapat menjalankan usahanya, seperti :

##### 1. Produk penghimpun dana

###### a) Titipan (*Wadiah*)

Wadiah adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang memiliki barang dan pihak yang di berikan kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan barang.

Landasan Syariah akad *al-wadiah* adalah Surat An-Nisa ayat 58 :

نَا سَانَا نَيِّدُ مُتَمَكِّدَا اذَاوْ اَهْلَهَا اِلَىٰ لِاِتَانَا مَلَا اُوْدُوْتْنَا مُكْرُمَايَا اَللهِ نَا اِرِيصَبَا اَعِيْمَسَدَا اَللهِ نَا اِيْمِيْدُ مُكْظَعِيْدَا مَعِذَا اَللهِ نَا اِلْ دَعْلَابَا اُوْمُكْحَتَا

Terjemahannya:

“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”.<sup>19</sup>

###### b) Investasi (*Mudharabah*)

*Mudharabah* adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua (*mudharib*) yang bertindak sebagai pengelola usaha sesuai dengan kesepakatan. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi diantara mereka sesuai dengan *nisbah* yang disepakati dalam akad, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal

<sup>19</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan Asbabun Nuzul*, (Bandung:CV. Insani Kamil, 2011),87.



selama kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

## 2. Penyaluran Dana (Pembiayaan)

Dana yang dihimpun oleh bank syariah kemudian disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan pembiayaan, penyaluran dana oleh bank syariah dilakukan dengan beberapa cara yaitu bagi hasil, jual beli, (*bai'*) dan sewa menyewa (*ijarah*). Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan oleh bank syariah kemudian dilakukan dengan membuat kesepakatan dengan klasifikasi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang membutuhkan pembiayaan.

### a) Pembiayaan *Al-Musyarakah*

*Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan sumbangan dana dengan ketentuan keuntungan dan risikonya akan dibagi sesuai kesepakatan.

### b) Pembiayaan *Mudharabah*

*Mudharabah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal menitipkan modalnya dalam jumlah tertentu kepada pengelola dengan akad bagi hasil.

### c) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* adalah menjual suatu barang dengan mengkonfirmasi bahwa harga beli tertuju kepada pembeli dan pembeli membayar lebih sebagai keuntungan.

### d) Pembiayaan *As-Salan*

Pembiayaan *Salam* dalam arti yang paling sederhana adalah pembelian barang yang dikirim di kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan dimuka.

e) Pembiayaan *Istisnha*

Transaksi pembiayaan *bai al istisnha*' adalah akad jual beli berupa pemesanan barang tertentu dengan kriteria dan syarat tertentu yang telah disepakati antara pembeli dan penjual.<sup>20</sup>

1. Produk

a. Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya. Berikut ini adalah definisi mengenai produk yang peneliti kutip dari beberapa ahli, diantaranya sebagai berikut

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Dan Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan

Produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan<sup>21</sup>

<sup>20</sup>Muammar Arafat Yusman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish,2017), 53.

<sup>21</sup>Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta, Andi Offset,2010).95.

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan para ahli diatas, peneliti sampai pada pemahaman bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dibeli dan dikonsumsi yang sifatnya bisa berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible) yaitu bisa berupa layanan, pengalaman bahkan ide.

#### b. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2012:451), produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok:

##### 1) Berdasarkan wujudnya

Produk berdasarkan wujudnya dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu:

- a) Barang. Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.
- b) Jasa. Jasa merupakan aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.

##### 1) Berdasarkan daya tahan

Produk berdasarkan aspek daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a) Barang tidak tahan lama (nondurable goods). Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya

dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya:  
sabun, pasta

- b) gigi, minuman kaleng, dan sebagainya.
- c) Barang tahan lama (durable goods). Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih). Contohnya: lemari es, mesin cuci, pakaian dan lain-lain.

### c. Tingkat Produk

Menurut Fandy Tjiptono, 2010:96-97 dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk, yaitu :

- 1) Produk utama atau inti (core benefit), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk.
- 2) Produk generic, produk dasar yang memenuhi fungsi produk paling dasar/rancangan produk minimal dapat berfungsi.
- 3) Produk harapan (expected product) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk pelengkap (equipped product) yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi/ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat menentukan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produkasing.
- 5) Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan

datang.<sup>22</sup>

#### d. Keunggulan Produk

Keunggulan Produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global Keunggulan produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.<sup>23</sup>

Keunggulan produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

#### 1) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

- a) Fungsi suatu produk Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan ataudimaksudkan.
- b) Wujud luar Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
- c) Biaya produk bersangkutan. Biaya untuk perolehan suatu barang,

<sup>22</sup>Durianto, D. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan PerilakuMerek*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017),3.

<sup>23</sup>Kotler,Philip, Armstrong, Garry, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,(J a k a r t a , Erlangga, 2018),283.

misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.<sup>24</sup>

## 2) Indikator Keunggulan Produk

Apabila Perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari:

- a) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
- b) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- c) *Comformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d) *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan terhadap

produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

- e) *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- g) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal.<sup>25</sup>

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yaitu :

Modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang

---

<sup>25</sup>Boyd, Harper W, walker, Orville and Larreche. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi II. Jilid I.(Jakarta, Penerbit Erlangga, 2018),85-103.

akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berhutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berhutang.

a) Rahn (Gadai)

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.<sup>26</sup>

b) Wadiah

Tujuan akad wadiah adalah untuk menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan barang atau uang.

Dari beberapa macam produk penyaluran dana di atas, bahwasannya produk penyaluran dana mempunyai produk yang berkualitas yaitu produknya banyak yang diminati oleh nasabah dan nasabah banyak yang menggunakan produk tersebut yang digunakan untuk jual beli, sewa maupun untuk kerja sama dengan pihak lain. Kualitas produk disini terletak pada sisi performanya yaitu produknya beraneka ragam, jadi nasabah dapat memilih produk penyaluran dana yang cocok untuk digunakan.

### **3. Penerapan Nilai Islam**

a. Bisnis Perbankan Syariah Dalam Konsep Islam

Islam sebagai agama, memuat ajaran yang bersifat universal dan komperatif. Universal artinya bersifat umum, dan komprehensif artinya mencakup seluruh bidang kehidupan manusia. Maka tidak ada satu aspek

---

<sup>26</sup>A Karim Adiwirman, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2019),97-107.



kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran Islam, termasuk aspek ekonomi yang di dalamnya terdapat aspek perhubungan aspek perbankan Syariah Islam sebagai suatu syariah yang dibawa oleh rasul terakhir, mempunyai keunikan tersendiri. Islam bukan saja menyeluruh atau komprehensif, tetapi juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab karena tidak akan ada syariah lain yang menyempurnakannya. Komprehensif berarti syariah Islam merangkul seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya bahkan untuk mengingatkan secara kontinu tugas manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini. Adapun muamalah diturunkan untuk menjadi aturan main manusia dalam kehidupan sosial. Universal tampak jelas terutama pada bidang muamalah.<sup>27</sup>

Berdasarkan gambar di atas posisi bank sebagai lembaga keuangan masuk kedalam kategori fikih muamalah. Yaitu berbagai hal yang menerangkan dan membahas berbagai macam persoalan yang mengatur hubungan antar sesama manusia. Baik dari segi politik, sosial maupun ekonomi. Dalam kegiatan ekonomi, konsumsi adalah kegiatan yang berkaitan dengan masalah pribadi, sedangkan simpanan menabung dan investasi adalah kegiatan seseorang yang berkaitan dengan lembaga keuangan. Dalam melaksanakan kegiatan keuangan kedua macam lembaga tersebut harus dapat menyeimbangkan antara posisi pendapatan uang dan posisi pengeluaran uang. Pada kegiatan ini, maka lembaga

---

<sup>27</sup>Muhammad Syari'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001),4.

keuangan tersebut harus memiliki strategi manajemen keuangannya, secara baik.<sup>28</sup>

#### b. Nilai-Nilai Islam

Islam sebagai risalah samawi yang universal datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual maupun aspek material. Islam tidak hanya sebagai aqidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial budaya dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi yang dapat dipakai sebagai panduan manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi. Iqtishad (ekonomi) didefinisikan dengan pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, mendistribusikan dan mengkonsumsinya<sup>29</sup>

Muhammad Abdul Manan berpendapat bahwa, Islamic economic is a social sciens with studies the economic problems of a people imbued with the value of Islami (Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam).<sup>17</sup> Penerapan sistem ekonomi Islam dalam suatu negara bertujuan untuk membumikan syariat Islam dalam sistem ekonomi dalam suatu negara secara kaffah. Penerapan sistem ekonomi Islam juga bertujuan untuk menghidupkan nilai-nilai Islam dalam

---

<sup>28</sup>Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, (Jakarta, Erlangga, 2010), 3.

<sup>29</sup>Husain Hamid Mahmud, *al-Nizham al-Mal wa al-Iqtishad fi al-Islam*, (Riyadh: Dar alNasyr al-Dauli, 2000), 11.

seluruh kegiatan ekonomi dan menyelamatkan moral umat dari paham materialismehedonisme.<sup>30</sup>

Nilai (*value*) berasal dari bahasa Latin “valere” yang berarti berguna, berdaya dan berlaku. Nilai merupakan kualitas dari sesuatu yang membuat sesuatu itu disukai, diinginkan, dimanfaatkan, berguna atau dapat menjadi objek kepentingan<sup>31</sup>. Nilai juga merupakan apa yang dihargai, dinilai tinggi atau dihargai sebagai suatu kebaikan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai berarti sifat-sifat (hal-hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.<sup>32</sup> Misalnya, dalam konteks keagamaan, nilai merupakan konsep mengenai penghargaan tinggi yang diberikan oleh warga masyarakat kepada beberapa masalah pokok di kehidupan keagamaan yang bersifat suci sehingga menjadi pedoman tingkah laku warga masyarakat bersangkutan.

Nilai-nilai Islam pada hakekatnya merupakan hasil dari beberapa prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini.<sup>33</sup>

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, nilai-nilai Islam adalah sifat-sifat dari ajaran Islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Nilai-nilai Islam bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tapi juga

---

<sup>30</sup>Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economic: Theori and Practise (A Comperative Study)*, (Delhi: Idarah Adabiyah, 2019), 3.

<sup>31</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2018), 3.

<sup>32</sup>Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996),713.

<sup>33</sup>Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta:Golo Riwu, 2019), 721.

hubungan antara manusia dengan manusia lainnya serta hubungan antara manusia dengan alam.

#### 1) Pembagian Nilai-nilai Islam

Islam merupakan the comprehensive way of life bagi setiap muslim. Ajaran-ajarannya bersifat universal ditujukan kepada seluruh umat manusia untuk mencapai kemaslahatan hidup dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Tidak terkecuali dalam aspek ekonomi, Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bertebaran di muka bumi untuk mencari karunia Ilahi setelah menunaikan shalat sebagai ibadah utama dan tiang agama. Anjuran dimaksud antara lain terwujud dalam aktivitas bisnis perdagangan.<sup>34</sup> Jual beli dan bagi hasil merupakan khasanah klasik dalam kegiatan muamalah yang dianjurkan dalam Islam.

Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 2/275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahannya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,

<sup>34</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2018), 615.

padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.<sup>35</sup>

Umat Islam dalam kehidupan modern ini menghadapi tantangan yang cukup berat. Di satu sisi, umat Islam harus mampu mengikuti perkembangan global di bidang ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi. Sementara di sisi lain, umat Islam harus berpegang teguh pada ketentuan yang ada dalam syariah. Umat Islam harus mampu bertahan di era globalisasi dengan tetap berpedoman pada nilai-nilai Islami (syariah).

Fathurrahman membagi nilai-nilai Islam dalam konteks perbankan syariah yang setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam, yaitu: *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (persamaan atau kesetaraan), *al-'adalah* (keadilan), *al-ridha* (kerelaan), *ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran), *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). Bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi di kemudian hari. Asas kebebasan berkontrak dalam hukum Islam dibatasi oleh ketentuan syariah Islam. Dalam membuat perjanjian ini tidak boleh ada unsur

---

<sup>35</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan Asbabun Nuzul*, (Bandung:CV. Insani Kamil, 2017),47.

paksaan, kehilafan dan penipuan. Adanya kata-kata tidak ada paksaan ini, berarti Islam menghendaki dalam hal perbuatan apapun harus didasari oleh kebebasan untuk bertindak, sepanjang itu benar dan tidak bertentangan dengan syariah Islam. Demikian halnya dengan kebebasan dalam ekonomi yang merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi, karena tanpa adanya kebebasan tersebut seorang muslim tidak dapat melaksanakan hak dan kewajiban dalam kehidupan.

#### 1) Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

Dalam konteks perbankan syariah, setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam di samping harus senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip perjanjian jual-beli, sewa-menyewa, bagi hasil, titipan dan jasa, juga harus berpedoman pada hukum positif berupa Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2007. Melalui peraturanyang dikeluarkan oleh Bank Indonesia itulah, nilai-nilai Islam diaplikasikan atau diterapkan dalam praktik perbankan syariah.

Penerapan nilai-nilai 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 berdasarkan pada perjanjian (kontrak). Hukum perjanjian Islam yang rukun dan syaratnya telah diatur dalam Al-Qur'an, hadits, *ijma'* dan *qiyas* menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah.<sup>36</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.<sup>37</sup>

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. 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>38</sup>

<sup>36</sup>Fathurrahman Djamil, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta, Erlangga, 2015), 249.

<sup>37</sup>Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 1.

<sup>38</sup>Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018), 247.

Menurut common law, suatu kontrak terjadi apabila didahului dengan adanya *offer* (penawaran) yang diajukan oleh salah satu pihak yang menginginkan mengadakan perjanjian dengan pihak lain. Dalam hukum Islam, *offer* disebut dengan *ijab*. Suatu kontrak hanya terjadi apabila *offer* yang diajukan oleh satu pihak disambut baik atau disetujui oleh pihak yang lain, yang disebut *acceptance* (penerimaan) terhadap *offer* tersebut. Dalam hukum Islam, penerimaan disebut *qabul*. Adanya *ijab qabul* dalam suatu transaksi keuangan antara bank syariah dengan nasabahnya menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam *al-ridha* (kerelaan) dan *al-hurriyah* (kebebasan) telah diterapkan dalam transaksi tersebut. Para pihak yang melakukan perjanjian/kontrak yaitu bank syariah dan nasabah bebas melakukan perjanjian atas dasar kerelaan atas masing-masing pihak.<sup>39</sup>

#### 4. Kepuasan Nasabah

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan. Dalam

---

<sup>39</sup>Kamal Khir, Lokesh Gupta dan Shanmugam, *Bala Islamic Banking a Practical Prespective*, (Pearson Logman, 2018), 46.



praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu:

a) Nasabah yang lama akan tetap dipertahankan atau dengan kata lain nasabah loyal terhadap bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

b) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Rinchens yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya, nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>40</sup>

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

a) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang

---

<sup>40</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet. Ke-4, (Jakarta: Kencana, 2019),161.

diharapkan.

- c) Emosi, yaitu 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. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>41</sup>

Faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen ataupun pelanggan adalah :

- a) Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen.

- b) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

---

<sup>41</sup>Nur Arianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* , (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019),193.

c) Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut piada konsumen sasaran.

d) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.

e) Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen.

f) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancara operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.

g) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.<sup>42</sup>

Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa.

---

<sup>42</sup>Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*,(Jakarta: Salemba Empat, 2001),201.

Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar daripada keinginannya, maka nasabah puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka nasabah tidak puas.<sup>43</sup>

Kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu expectations (apa yang diharapkan) dan perceived performance melebihi expectations maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu perceived performance jauh di bawah expectations maka pelanggan akan merasa tidak puas.<sup>44</sup>

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2006),61.

<sup>44</sup>Nur Arianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017),193.

<sup>45</sup> Nur Arianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*,( Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017),194.

Kepuasan nasabah yang diberikan bank berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

- a) Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- b) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi semakin beragam dalam satu bank.
- d) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.<sup>46</sup>

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

- a) Relationship Marketing

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berlanjut, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat menjadi bisnis ulangan (repeat business).

<sup>46</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta, Kencana, 2011),163.

#### b) Superior Customer Service

Perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada pesaingnya. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior yang dapat memberi manfaat yaitu berupa tingkat pertumbuhan yang cepat dan besarnya laba yang diperoleh.

#### c) Unconditional Guarantees

Garansi atau jaminan istimewa yang dirancang untuk meringankan risiko/kerugian pelanggan sebelum dan sesudah pembelian jasa, sekaligus membuat perusahaan yang bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas pelanggan.

#### d) Penanganan Keluhan Pelanggan

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).

#### e) Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam bukunya Fajar Laksana, definisi dari kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen, untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu dibina hubungan hubungan yang erat antar perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Cet. Ke-1, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 128.

Dengan demikian maka kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respon terhadap perubahan permintaan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan dan ini merupakan pekerjaan setiap karyawan.<sup>48</sup>

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018),88.

<sup>49</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018),85.

Menurut Berry dan Parasuraman dalam bukunya Nasution Kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu:<sup>50</sup>

- a) Tangible (Berwujud), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b) Reliability (Kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c) Responsiviness (Ketanggapan), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d) Assurance (Jaminan), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e) Emphaty (Empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

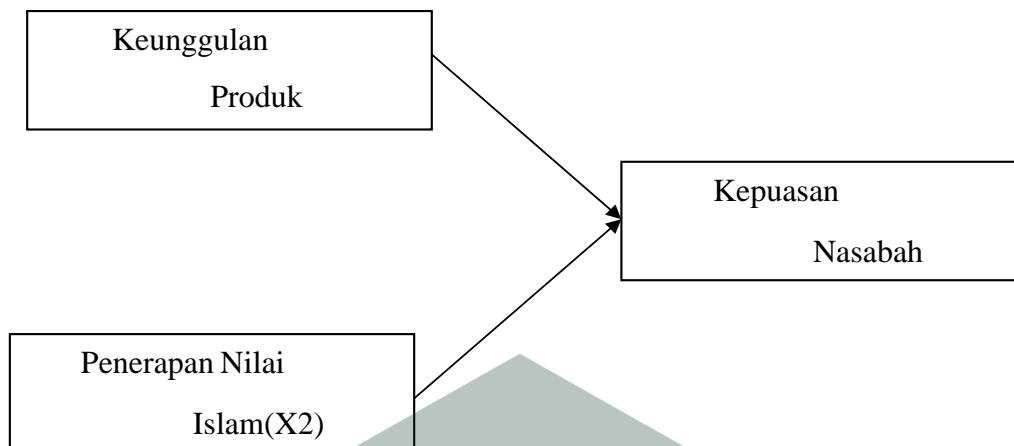
### **C. Kerangka Pikir**

Berdasarkan teori dari hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

---

<sup>50</sup> Nasution, *Manajemen Jasa*, Cet. Ke-1, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014),47.





Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Keunggulan Produk menjadi variabel bebas pertama (X1), Penerapan Nilai Islam menjadi variabel bebas kedua (X2), dan Kepuasan Nasabah menjadi variabel terikat (Y). Hubungan variabel bebas dan terikat tersebut dapat dilihat

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat diajukan hipotesis berikut ini:

1. Diduga keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada BSI
2. Diduga penerapan nilai islam berpangruh signifikan terhadap kepuasannasabah pada BSI
3. Diduga keunggulan produk dan penerapan nilai islam berpengaruh secarasimultan terhadap kepuasan nasabah pada BSI.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu atau beberapa variabel dengan variabel lain. Dengan pendekatan penelitian yang akan digunakan untuk melakukan penelitian adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>51</sup>

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kota Palopo dimana yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat selaku nasabah BSI di Jl. Andi Djemma Kelurahan Ammasangen. penelitian dilakukan selama dua bulan dimulai dari bulan oktober hingga november 2021.

#### **C. Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan atau individu disebut unit analisis, bias berupa orang, rumah tangga, tanah dan sebagainya dalam bentuk yang biasa dipakai dalam survei.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2014), 11.

<sup>52</sup> Sugiono, *Metode Penelitian bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2014), 199.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.<sup>44</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Palopo yang menjadi nasabah BSI aktif melakukan transaksi keuangan.dengan jumlah sebanyak 1500 nasabah. Adapun teknik pengambilan sample adalah *non probability sampling* dengan teknik pengumpulan *sampling accidental*.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini, untuk menentukan ukuran besaran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e: Persentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%) Jadi jumlah sampel yang diambil adalah 94 Nasabah

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

---

<sup>53</sup>Danang Sunyoto, Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: CAPS,2012), h. 47.

$$n = \frac{1.000}{1 + 94 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 941 (0.010)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 941 (0.010)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 941 (0.010)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 941 (0.010)^2}$$

$$n = 94$$

#### D. Sumber Data

Adapun data yang dikumpulkan bersumber dari:

##### 1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang diinginkan oleh peneliti, baik melalui wawancara maupun pengumpulan data lapangan lainnya. Dalam penelitian ini diperoleh data dari kuosioner atau angket mengenai pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasaba di masa pandemi covid 19 pada BSI.<sup>54</sup>

#### E. Definisi Operasional Dan Ruang Lingkup Penelitian

**Tabel 3.1 Defenisi operasional variabel dan ruang lingkup penelitian**

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Keunggulan produk	Keunggulan produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen.	1. Menarik. 2. Bervariasi. 3. Keunggulan fasilitas produk. <sup>55</sup>
2.	Penerapan	Penerapan nilai-nilai	1. Kedua belah pihak

<sup>54</sup>Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1987), 93.

<sup>55</sup>Satria wibowo, *Analisis Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Pasca Huni Terhadap Kepuasan Penghuni Rumah*. (2019).

	nilai islam	islam dalam perbankan syariah dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya.	memperoleh haknya. 2. Mematuhi perjanjian awal 3. Masalah diselesaikan dengan musyawarah. 4. Kerugian dan keuntungan ditanggung kedua belah pihak <sup>56</sup> .
3	Kepuasan nasabah	Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang di terima dengan apa yang diharapkan.	1. Kualitas produk yang dijual 2. Kualitas pelayanan yang diberikan. 3. Cara mengiklankan produk. <sup>57</sup>

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara teliti dan sistematis atas gejala-gejala yang sedang diteliti dengan cara terjun langsung ke lapangan pada BSI.

#### G. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Berdasarkan pengolahan data menggunakan program *Statistical Package for Sosial Science (SPSS) for Windows versi 24*. Sebelum melakukan interpretasi pada hasil regresi dari model penelitian yang akan digunakan, maka langkah awal

<sup>56</sup>Adnan noor bakri, Penerapan Nilai –Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah. *journal of islamic management bussines*.(2018).

<sup>57</sup>Nina indah febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*.(2016).

dilakukan pengujian terhadap data penelitian tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah model tersebut dapat dianggap relevan atau tidak.

Adapun teknik analisis data dari penelitian ini yaitu:

### 1. Analisis *Kuantitatif*

Analisis ini dilakukan dengan cara analisis permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *kuantitatif* karena jenis data yang digunakan adalah data *kuantitatif*. Dalam pengukurannya penelitian ini menggunakan skala *likert*, adakah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:<sup>58</sup>

**Tabel 3.2 Alternatif Jawaban**

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

### 2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif, adalah *variable* yang digunakan untuk analisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Adapun tugasnya yaitu untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data sehingga dapat menyajikan data yang baik.<sup>59</sup>

<sup>58</sup>Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006),45.

<sup>59</sup>Saiful Gozi, dan Aris Sunindyo.*STATISTIC DESKRIPTIF UNTUK EKONOMI*. (Buku 1 Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish,2015),2.

## H. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid <sup>60</sup>

**Table 3.3 Hasil uji validitas**

NO	Variable	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Ket.
1	Keunggulan Produk (x1)	1	0,718	0,094	Valid
		2	0,759	0,094	Valid
		3	0,732	0,094	Valid
		4	0,685	0,094	Valid
2	Penerapan Nilai Islam (x2)	1	0,706	0,094	Valid
		2	0,740	0,094	Valid
		3	0,693	0,094	Valid
		4	0,748	0,094	Valid
3	Kepuasan Nasabah (y)	1	0,434	0,094	Valid
		2	0,601	0,094	Valid
		3	0,731	0,094	Valid

<sup>60</sup>Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit UNDIP.2005).

4	0,704	0,094	Valid
5	0,651	0,094	Valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variable. Kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai  $\alpha > 0,6$ . Instrumen yang *reliable* adalah variable yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak *reliable*/konsisten.<sup>61</sup>

**Table 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.697	13

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* diperoleh sebesar 0,697 yaitu lebih dari 0,05, maka dalam hal ini pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dikatakan *reliable*.

<sup>61</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014). 87.



## I. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Dari hasil uji normalitas data dapat diketahui sebaran data berdistribusi normal atau tidak sehingga berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan. Uji *Kolmogorov smirnov* merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji linearitas adalah salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan untuk mengetahui sifat linear pada sebaran data antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji linearitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linearitas akan menentukan Anareg yang digunakan. Apabila dari suatu hasil dikategorikan linear maka data penelitian diselesaikan dengan Anareg linear. Sebaliknya apabila data tidak linear maka diselesaikan dengan Anareg non linear.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas.<sup>63</sup>

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain<sup>64</sup>.

### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variable independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variable dependen.<sup>65</sup>

Nilai R Square ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar persentase perubahan variable terikat yang diakibatkan oleh variable bebas secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

<sup>63</sup>Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI), 97

<sup>64</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139

<sup>65</sup>Purbayu Budi Santosadan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. (Edisi I; Yogyakarta: ANDI, Agustus 2007), 144

## 5. Uji Hipotesis

### 1. Uji Signifikan Individual (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% (0,05).

Adapun persyaratan uji-t adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

### 2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama dengan variabel terikat (Y), koefisien ini didapat dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R.<sup>66</sup> Adapun persyaratan uji F sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.

---

<sup>66</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.(Edisi III; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005). 85

- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima. Artinya variable bebas secara bersama-sama tidak dapat menerangkan variable terikat dan tidak ada pengaruh antara variable yang akan diuji.

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda berguna untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel prediktor atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya. Dengan demikian regresi ganda digunakan untuk penelitian yang menyertakan beberapa variabel sekaligus. Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak.

Adapun rumus yang dipakai disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

a = Constanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Keunggulan produk

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Penerapan Nilai Islam

X<sub>1</sub> = Variabel keunggulan Produk

X<sub>2</sub> = Variabel Penerapan Nilai Islam

e = Standar Error.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### 1. Sejarah Singkat Berdirinya BSI Cabang Palopo

Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah bank syariah yang didirikan pada 01 februari 2021 pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh presiden Joko Widodo. Pendirian BSI ini adalah bagian dari upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.

Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (*merger*) dari 3 Bank BUMN yaitu PT. Bank Bank Syariah Indonesia, Bank BNI syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia. BSI bertekad akan menciptakan value pada karya-karyanya dan terus menerus berinovasi dan berkreasi, agar dapat bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif.

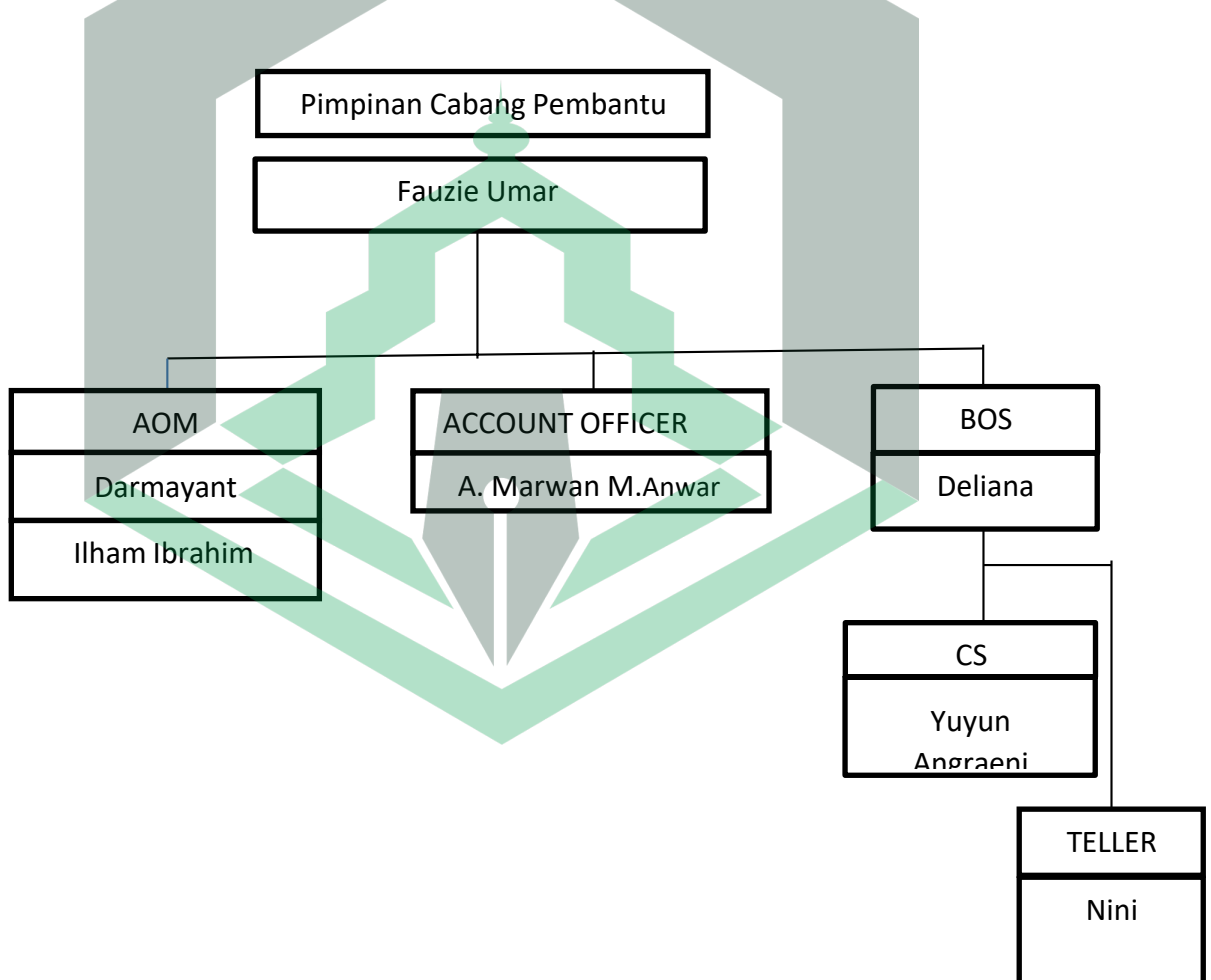
BSI diharapkan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa kehadirannya sangat penting dalam dunia perbankan. Kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada BSI karena menjadikan BSI sebagai pilihan untuk tempat menyimpan segala macam kekayaan yang terpercaya dari masyarakat. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun mulai bermunculan dan pada akhirnya BSI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah

dengan konsep dual system banking, yaitu menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus.

## 2. Struktur Organisasi

Secara struktur BSI kota Palopo tidak mempunyai otonomi untuk pengambilan keputusan atas sesuatu yang bersifat non teknis dalam operasionalnya harus ditembus ke kantor cabang Makassar atau langsung ke kantor pusat yang ada di Jakarta.

Adapun struktur BSI kota Palopo sendiri bergambar sebagai berikut:



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah**

**Indonesia KCP Kota Palopo.**

Struktur internal Bank Syariah Indonesia KCP kota Palopo ada lima unsur di dalamnya, yaitu pimpinan, supervisor, Unit RIS 1, Lini bisnis/ marketing, dan operasional, di mana pimpinan mempunyai garis komando langsung terhadap supervisor, Unit RIS 1, dan Lini bisnis/ marketing. Sedangkan supervisor membawahi bidang operasional. Di mana bidang operasional sedikitnya mempunyai empat bagian yang masing-masing berbeda kerjanya yaitu: staf penunjang, pelaksanaan operasional, costumer service, dan teller.

Dalam meningkatkan kinerja pada bank Bank Syariah Indonesia kota Palopo, di perlukan penunjang yang berpotensi didalam suatu perusahaan itu, seperti karyawan adapun nama-nama karyawan yang terdapat pada bank tersebut dapat dilihat pada tabelberikut:

**Tabel 4.1 Nama-nama Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP**

No.	Nama	Jabatan/Devisi
1.	Fauziem Umar	Pimpinan Cabang Pembantu
2.	Darmayanto	AOM (Account Officer Marketing)
3.	Ilham Ibrahim	AOM (Account Officer Marketing)
4.	A. Marwan M Anwar	Account Officer
5.	Deliana	BOS
6.	YYuyun Agraeni	CS (Coustomer Service)
7.	Nini Mangesa	Teller
8.	A. Asrul A	Security
9.	Rusdin	Security
10.	Sufrianto	Cleanning Service

### 3. Dewan Pengawas Syariah

BSI cabang palopo merupakan organisasi atau lembaga yang menjalankan pola syariah, maka telah menjadi keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS), sebagai berikut:

Ketua : Dr. KH. Hasanudin, M.Ag.

Anggota : 1. DR. H. Mohamad Hidayat.

1. DR. H. Oni Sahroni,MA.

2. Prof. DR. KH. Didin Hafidhuddin,M.Sc.

### 4. Visi Dan Misi

Bank Syariah Indonesia Palopo tidak visi dan misi tersendiri dalam internalnya, secara keseluruhan Bank Syariah Indonesia visi dan misi yang sama yaitu:

Visi : Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi : Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.

- a) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
- c) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.



## 5. Tujuan Bank Syariah Indonesia

Adapun tujuan Bank Syariah Indonesia adalah:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi ummat untuk bermuamalat secara islam.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak membutuhkan dana.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup ummat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan ummat islam terhadap bank non syariah.

## 6. Nilai utama Bank Syariah Indonesia KCP Kota Palopo

- a. Kemudahan dan kenyamanan akses perbankan

### 1) Nyaman

Setiap produk dan layanan keuanganyang ditawarkan oleh BRI Syariah mudah diakses dan selalu mengutamakan kenyamanan bagi nasabah dan mitra bisnis, baik dalam hal prosedur, produk dan konsep layanan.

## 2) Universal

Bank Syariah Indonesia memahami keragaman kebutuhan nasabahnya dan siap memenuhi kebutuhan keuangan berbagai lapisan masyarakat. Setiap produk dan layanan keuangan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia harus mudah diperoleh kualitas dan keuntungannya dimanapun dan kapanpun, untuk siapapun dengan senantiasa mengedepankan semangat universal.

## 3) Fleksibel

Bank Syariah Indonesia selaku fleksibel dan responsive dalam menjawab berbagai kebutuhan dan tantangan finansial dengan menawarkan berbagai produk dan layanan, baik untuk individu maupun komersial, pendanaan maupun pembiayaan dikota maupun didesa.

## 7. Budaya Kerja BSI Cabang Palopo

Amanah :

- 1) Jujur dan menepati janji.
- 2) Bertanggung jawab.
- 3) Bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik.
- 4) Bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah.
- 5) Melayani melebihi harapan.

Jamaah:

- 1) Peduli dan berani memberi maupun menerima umpan balik yang konstruktif.
- 2) Membangun sinergi secara professional.

- 3) Memberi pengetahuan yang bermanfaat.
- 4) Memahami keterkaitan proses kerja.
- 5) Memperkuat kepemimpinan yang efektif.
8. Pemahaman yang mendalam dan progresif
  - a. Berorientasi pada nasabah

Menjadi *brand* yang *insightful*, Bank Syariah Indonesia selalu meningkatkan kemampuan untuk memahami perbedaan kebutuhan setiap nasabah secara mendalam dan menyeluruh jauh sebelum nasabah bisa mengutarakannya sendiri.

- b. Berorientasi pada tujuan

Bank Syariah Indonesia bertekad untuk menciptakan masadepan yang lebih baik dimana setiap orang dapat menikmati” hidup penuh warna” kehidupan yang penuh warna merupakan suatu keadaan dimana setiap pribadi dihargai, setiap pribadi menjadi lebih bermakna, dan setiap cita-cita dapat tercapai.

- c. Berorientasi pada pengembangan

Bank Syariah Indonesia berkembang menuju masa depan yang lebih baik dan selalu berupaya menjadi yang terdepan dalam segala hal, terutama dalam hal teknologi dan kreatifitas inovasi produk dan layanan keuangan.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan benar untuk membuktikan model penelitian tersebut adalah data yang didistribusikan secara normal. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah Jika nilai signifikansi  $>0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi  $<0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.75345918
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.082
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.799
Asymp. Sig. (2-tailed)		.546

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode *one-sample Kolmogorov-smirnov test* dapat diperoleh bahwa nilai signifikan 0,546 lebih besar dari pada 0,05, maka disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini melihat bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.305	2	18.653	5.936	.004 <sup>b</sup>
	Residual	285.940	91	3.142		
	Total	323.245	93			

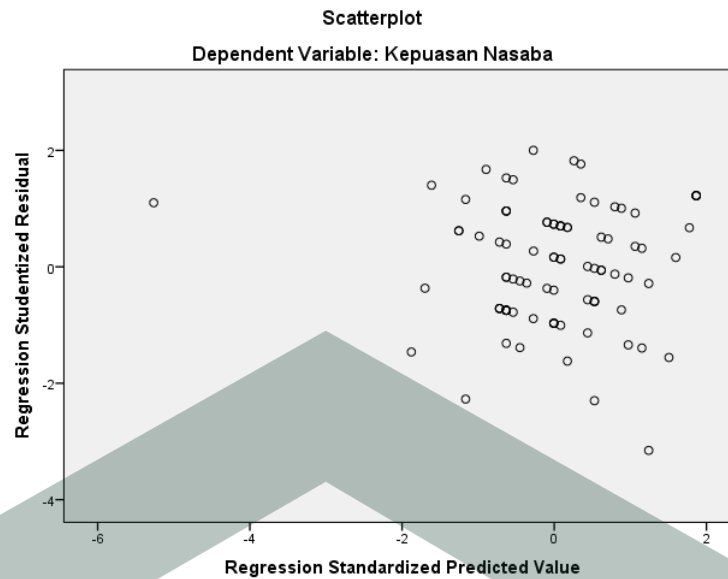
a. Dependent Variable: KepuasanNasaba

b. Predictors: (Constant), PenerapanNilai Islam, KeunggulanProduk

Berdasarkan tabel tersebut dari hasil uji Multikolonieritas di peroleh nilai signifikan deviation from linearity sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 ( $0,004 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak memiliki hubungan yang linear terhadap variabel dependen.

### g. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakpastian *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun uji heterokedastisitas yang digunakan oleh peneliti adalah *scatterplot*, apabila titik titik menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Gambar tersebut menunjukkan tidak adanya heterokedastisitas karena gambar di atas terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola sehingga data yang di dapat dalam penelitian ini terhindar dari masalah heterokedastisitas.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.000 <sup>a</sup>	.000	-.022	1.77262

a. Predictors: (Constant), Penerapan Nilai Islam, Keunggulan Produk

b. Dependent Variable: ABRESID

Dari hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,000 artinya adalah variabel kepuasan nasabah di BSI cabang palopo mampu dijelaskan oleh variabel pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai Islam sebesar 0,022% dan sisanya sebesar 0,78% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Bila nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis (t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.571	1.620		7.142	.000
1 KeunggulanProduk	.057	.122	.052	7.464	.000
PenerapanNilai Islam	.338	.122	.312	2.770	.007

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan pada tabel *Coefficients* di sampaikan hasil uji t yang digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- 1) Dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung untuk variabel keunggulan produk sebesar 7,464 dengan menggunakan batas taraf signifikan 0,05, diperoleh (df) =  $n-k$  adalah  $94-2 = 92$ . Nilai t hitung 7,464 > dari t tabel 1,703 ( $7,464 > 1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar ,000 yang berarti bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $,000 < 0,05$ ) maka hal ini menandakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Untuk variabel penerapan nilai islam diperoleh nilai t hitung 2,770 lebih besar dari t table 1,703 ( $2,770 > 1,703$ ) dengan tingkat signifikan 0,007. Nilai signifikan tersebut yang diperoleh 0,007 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah.

#### b. Uji f

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Jika f hitung > f table maka  $H_1$  diterima dan jika f hitung < f table maka  $H_0$  diterima, nilai signifikan < 0,05 menandakan berpengaruh positif. Untuk mengetahui nilai f table menggunakan rumus  $df_1 = k-1 = 2$ , kemudian  $n-df_1 = 12$ . Hasil uji f yang dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:



**Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis Simultan (f)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	2	.000	.000	1.000 <sup>b</sup>
	Residual	285.940	91	3.142		
	Total	285.940	93			

a. Dependent Variable: ABRESID

b. Predictors: (Constant), PenerapanNilai Islam, Keunggulan Produk

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai f hitung yang diperoleh sebesar 0,000 lebih besar dari f tabel 0,332 dan taraf signifikan  $1,000 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai Islam secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

c. Uji Analisis Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi moderasi. Analisis regresi merupakan salah satu alat analisis yang menjelaskan tentang pengaruh dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.571	1.620		7.142	.000
	KeunggulanProduk	.057	.122	.052	.464	.644
	PenerapanNilai Islam	.338	.122	.312	2.770	.007

a. Dependent Variable: KepuasanNasaba

Berdasarkan output *koefisients* menunjukkan bahwa variabel memiliki (interksi antara variabel penerapan nilai dan keunggulan produk) mempunyai t hitung sebesar 2,770 lebih besar dari table =  $t(a/2;n-k = t(0,05;92) = 0,332$  ( $2,770 > 0,332$ ) dengan signifikan  $0,0071 < 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel penerapan nilai Islam dan variabel keunggulan produk (X) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

### C. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu apakah Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI. Untuk menjawab rumusan masalah ini penelitian ini, maka peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket atau kuesioner pada responden dengan sample yang telah ditentukan yang berjumlah 94 sample. Apabila data sudah di dapatkan dari para responden oleh pihak peneliti, maka peneliti selanjutnya akan menganalisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS sehingga dapat memudahkan peneliti dalam mengola data penelitian.

1. Keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada BSI.

Dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung untuk variabel keunggulan produk sebesar 7,464 dengan menggunakan batas taraf signifikan 0,05, dipeoleh (df) = n-k adalah  $94-2 = 92$ . Nilai t hitung  $7,464 >$  dari t tabel 1,703 ( $7,464 > 1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar ,000 yang berarti bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $,000 < 0,05$ ) maka hal ini menandakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak,

artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Huri Safira, dimana hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga dapat dijelaskan bahwa keberhasilan suatu produk baru menjadi kunci utama bagi banyak perusahaan termasuk Bank Syariah Indonesia

## 2. Penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI.

variabel penerapan nilai islam diperoleh nilai t hitung 2,770 lebih besar dari t table 1,703 ( $2,770 > 1,703$ ) dengan tingkat signifikan 0,007. Nilai signifikan tersebut yang diperoleh 0,007 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Djamil mengemukakan bahwa 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 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. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

3. Keunggulan produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Nasabah pada BSI.

Berdasarkan output *koefisients* menunjukkan bahwa variabel memiliki (interksi antara variabel penerapan nilai dan keunggulan produk) mempunyai  $t$  hitung sebesar 2,770 lebih besar dari  $t_{table} = t(a/2; n-k) = t(0,05; 92) = 0,332$  ( $2,770 > 0,332$ ) dengan signifikan  $0,007 < 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel penerapan nilai Islam dan variabel keunggulan produk (X) secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). 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.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah dimasa pandemic covid-19 pada BSI, maka dengan demikian dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Dari tabel hasil uji t diperoleh nilai t hitung untuk variabel pengaruh pengetahuan masyarakat sebesar 6,141 dengan menggunakan batas taraf signifikan 0,05, diperoleh  $(df) = n-k$  adalah  $941-2 = 92$ . Nilai t hitung  $< 0,000$  dari t tabel -1,703 ( $0,000 < -1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar 1,000 yang berarti bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $1,000 > 0,05$ ), maka hal ini menandakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah. Dari tabel hasil uji t Untuk variabel penerapan nilai islam diperoleh nilai t hitung 2,770 lebih besar dari t table 1,703 ( $2,770 > 1,703$ ) dengan tingkat signifikan 0,007. Nilai signifikan tersebut yang diperoleh 0,007 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah
2. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai f hitung yang diperoleh sebesar 0,000 lebih besar dari f tabel 0,332 dan taraf signifikan  $1,000 > 0,05$ , maka dapat

disimpulkan bahwa variabel pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai Islam secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

3. Dari output *koefisients* menunjukkan bahwa variabel memiliki (interksi antara variabel penerapan nilai dan keunggulan produk) mempunyai t hitung sebesar 2,770 lebih besar dari  $t_{table} = t_{(a/2;n-k)} = t_{(0,05;92)} = 0,332$  ( $2,770 > 0,332$ ) dengan signifikan  $0,0071 < 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel penerapan nilai Islam memoderasi dalam hubungan antara variabel keunggulan produk (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di buat oleh peneliti, maka selanjutnya peneliti membuat saran yang kiranya dapat menjadi bahan informasi dan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang bisa disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan syariah diharapkan mampu memperluas atau memperbanyak cabang yang ada di kota palopo ini, agar masyarakat baik selaku calon nasabah dan pihak yang sudah menjadi nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi dan kegiatan menabung, sehingga lebih banyak lagi masyarakat muslim lebih memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan lebih spesifik, terkait minat masyarakat menggunakan produk di bank syariah serta di sarankan kepada peneliti lain untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk di bank Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Karim Adiwarmanto, 2018 Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Al Arif , M. Nur Rianto 2018, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Alfabeta,.Bandung
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2018 Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo.Jakarta
- Assauri, Sofyan. 2019. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi.
- Boyd, Harper W, walker, Orville and Larreche. 2018 manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Edisi II. Jilid I. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis 2018, Hukum Perjanjian Dalam Islam, Sinar Grafika, Jakarta
- Danang Sunyoto, 2017 Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, CAPS, Jogjakarta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan 2018, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka. Jakarta.
- Durianto, D. 2019. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Fajar Laksana, 2018 Manajemen Pemasaran, Cet. Ke-1, Graha Ilmu, Jogjakarta
- Fathurrahman Djamil 2019., Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah, sinar Grafika, Jakarta,
- Husain Hamid Mahmud, 2019 al-Nizham al-Mal wa al-Iqtishad fi al-Islam, Dar al-Nasyr al-Dauli. Riyadh

Kamal Khir, Lokesh Gupta dan Shanmugam 2008, Bala Islamic Banking a Practical Prespective, (Pearson Logman.

Kasmir 2019, Pemasaran Bank, Cet. Ke-4, Kencana, Jakarta:

Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara 2018, Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, Golo Riwu. Jakarta.

Lorens Bagus 2018, Kamus Filsafat, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

M. Musrin 2017, Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan, Warda. Jakarta

Mariam Darus Badruzaman 2018 (et al), Kompilasi Hukum Perikatan, Citra Aditya Bakti, Bandung

Muhammad 2018, Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah, UII Press. Yogyakarta:

Muhammad Abdul Manan 2019, Islamic Economic: Theori and Practise A Comperative Study, Idarah Adabiyah. Delhi

Muhammad Rais 2019, Mushaf Jalalain, Al-Qur'an Terjemah Per Kata dan Tafsir Jalalain Per Kalimat, Pustaka Kibar, Tangerang

Muhammad Syari'I Antonio 2018, Bank Syariah dari Teori ke Praktik.: Gema Insani. Jakarta

Nasution 2004, Manajemen Jasa Terpadu, Cet. Ke-1, Ghalia Indonesia, Bogor

Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.

Rajawali. Jakarta

Rambat Lupiyoadi 2017 dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Salemba Empat. Jakarta

Ratih Hurriyati 2019,,Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, 2008, Bandung

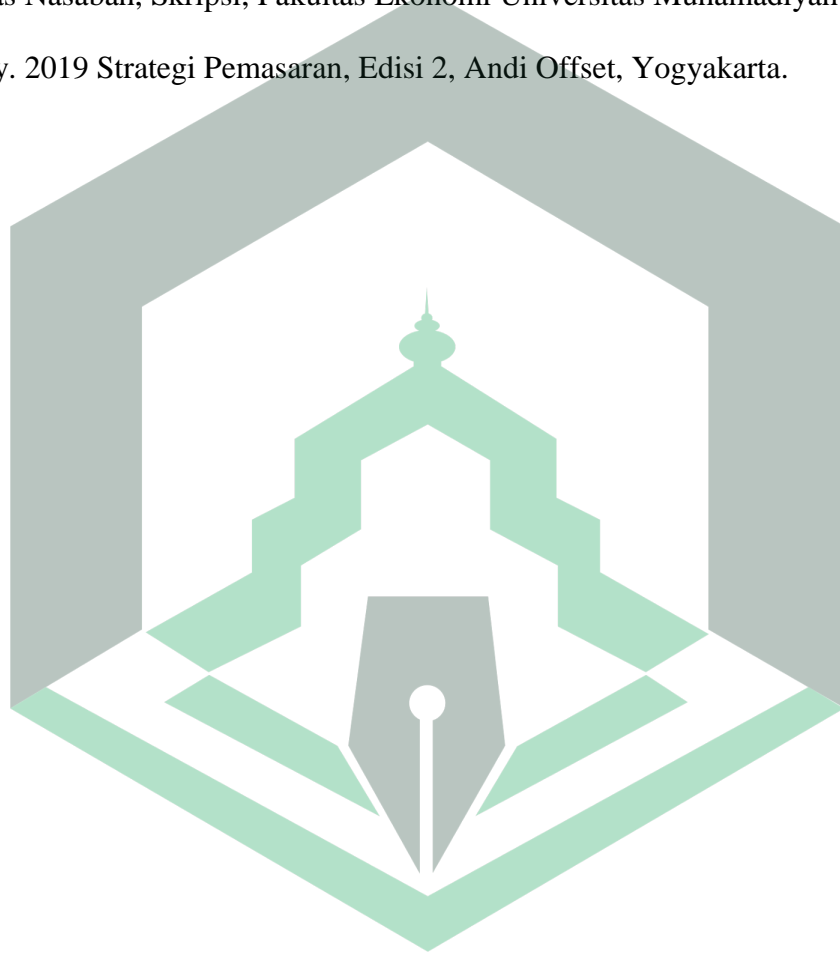


Rozalinda 2018, Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, RajaGrafindo Persada. Jakarta:

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta

Teguh Meiyanto, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta

Tjiptono, Fandy. 2019 Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.







## Lampiran 1





**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.6 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

**IZIN PENELITIAN**

NOMOR : 696/IP/DPMPTSP/IX/2021

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pempilhangan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama	: JABAL NUR
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Jl. K.H.M. Razak Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 16 0402 0203

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BSI KOTA PALOPO**

Lokasi Penelitian	: BANK SYARIAH INDONESIA CABANG PALOPO
Lamanya Penelitian	: 23 September 2021 s.d. 23 Oktober 2021

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
 Pada tanggal : 27 September 2021  
 Dit. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP



**MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si**  
 Pangkat : Pembina Tk.I  
 NIP. 19780611 199612 1 001

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo;
3. Dandim 1403 SWG;
4. Kapolres Palopo;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

## Lampiran 2

### Identitas Responden

- A. Nama :
- B. Jenis Kelamin : a. Perempuan  
b. Laki-laki
- C. Usia :
- D. pendidikan terakhir :

### Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda check list (√) pada kolom yang tersedia dan sesuai dengan pernyataan anda.

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

### Variabel Keunggulan Produk

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Bentuk produk perbankan dari BSI Cabang palopo sangat menarik.				
2.	Produk-produk perbankan dari BSI Cabang Palopo sangat bervariasi lebih unggul dibandingkan produk perbankan dari perusahaan lainnya.				
3.	Pilihan jenis produk perbankan bsi cabang palopo sangat lengkap.				
4.	Saya selalu menceritakan keunggulan saat menabung di BSI cabang palopo				
5.	Produk perbankan bsi cabang palopo memiliki keunggulan.				

### Variabel Penerapan Nilai Islam

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Transaksi keuangan antara bank syariah dan nasabah menguntungkan kedua belah pihak.				
2.	Jika salah satu pihak (bank syariah dan nasabah) melanggar isi perjanjian maka pihak yang ingkar mematuhi isi perjanjian.				
3	Setiap masyarakat berhak mendapat pembiayaan di bank syariah setelah melalui prosedur yang berlaku.				
4	Perselisihan antara bank syariah dan nasabah dapat diselesaikan melalui badan arbitrase syariah apabila tidak tercapai penyelesaian melalui musyawarah.				

### Variabel Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Ketersediaan brosur yang menarik dan memuat informasi yang lengkap				
2.	Penampilan teller, staf, karyawan Bank yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakain kerja (seragam yang sesuai).				
3	Kebersihan ruangan transaksi perbankan.				

4	Ruang transaksi perbankan yang nyaman.				
5	Bank memiliki perlengkapan yang modern (ATM)				







### Lampiran 3







No. 0923/ULES-LKP/CERT/III/2020

**UNIVERSAL**  
London English School

## Certificate of Achievement for the PBT TOEFL® Test

To whom it may concern

**Jabal Nur**

has taken a **Universal London English School (ULES)** prediction test for the TOEFL® Test conducted by ULES Center Palopo and has attained the following competency:

Listening Comprehension	: 38
Structure & Written Expression	: 35
Reading Comprehension	: 32
<b>Total Score</b>	<b>: 350</b>

We hope this letter of explanation will be found useful where necessary.

Palopo, 5<sup>th</sup> March 2020

**Dedi S.Pd., M.Pd., CertCEL**  
Director of Universal London English School

This is a Prediction Score Report  
Valid for a period of six months from the date of issue

TOEFL® is a trademark of Education Testing Services [ETS®]. The content of this test is not approved or endorsed by ETS®.

Pengesahan Badan Hukum oleh Menteri Hukum dan Ham  
No. AHU-0017102.AH.01.07.Tahun 2017/No. Akta 164  
NPSN K5668905

Email: ulesplp@gmail.com

Alamat: Jl. Tandipau No.15 Kota Palopo



**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp. : -  
Hal : Skripsi an. Jabal Nur

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:


Nama : Jabal Nur  
NIM : 16 0402 0203  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**Dr. Takdir, S.H., M.H**  
NIP. 19790724 200312 1 002  
Tanggal:

---



---

**NOTA DINAS TIM PENGUJI**

---

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Jabal Nur

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama	: Jabal Nur
NIM	: 16 0402 0203
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*wassalamu 'alaikum wr. wb.*

1. Dr.Fasiha,M.El.  
Penguji I

2. Ilham,S.Ag.,M.A.  
Penguji II

3. Dr. Takdir,S.H.,M.H.  
Pembimbing I

(.....)  
tanggal : / / 2022

(.....)  
tanggal : / / 2022

(.....)  
tanggal : / / 2022

## HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo, yang ditulis oleh Jabal Nur. Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0203, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, tanggal 31 Desember 2021 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *Munaqasyah*.

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M  
Ketua Sidang

(.....)  
tanggal : / / 2022

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
Sekretaris Sidang

(.....)  
tanggal : / / 2022

3. Dr. Fasiha, M.EI.  
Penguji I

(.....)  
tanggal : / / 2022

4. Ilham, S.Ag., M.A  
Penguji II

(.....)  
tanggal : / / 2022

5. Dr. Takdir, S.H., M.H  
Pembimbing I

(.....)  
tanggal : / / 2022

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi  
Hal : Skripsi an. Jabal Nur

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Jabal Nur  
NIM : 16 0402 0203  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Keunggulan Produk Dan penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi COVID 19 Pada Bnk Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo.

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memnuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagai mana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

**Tim Verifikasi**

1. Hamida, SE.Sy., ME.Sy  
tanggal : 09/02/ 2022

2. Purnama Sari, S.E  
tanggal :

(  )  
(  )



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Bontomatene, Balanisi Kota Palopo Telp (0471) 22076  
 E-mail: [iaipalopo@iaipalopo.ac.id](mailto:iaipalopo@iaipalopo.ac.id) Website: [iaipalopo.ac.id](http://iaipalopo.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN HASIL

Pada hari ini Jumat tanggal 31 bulan Desember tahun 2021 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Jabal Nur  
 NIM : 16 0402 0203  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Prodi : Perbankan Syariah  
 Judul : Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Pandemi COVID 19 Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palopo

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK-LULUS** dengan NILAI 92 dan masa perbaikan ..... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

Skripsi diterima tanpa perbaikan  
 Skripsi diterima dengan perbaikan  
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

#### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Dr. Fasiha, M.E.I  
(Penguji I)
4. Ilham, S.Ag., M.A  
(Penguji II)
5. Dr. Takdir, S.H., M.H  
(Pembimbing I/Penguji I)

()  
 ()



## Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Pandemi Covid -19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

### ORIGINALITY REPORT



### PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	4%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
3	www.scribd.com Internet Source	1%
4	Submitted to UIN Walisongo Student Paper	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	journal.iaialhikmahtuban.ac.id Internet Source	1%
	adoc.pub	

## RIWAYAT HIDUP



**Jabal Nur**, Lahir di Kelurahan Binturu Kecamatan Wara Selatan Palopo pada tanggal 01 September 1998. Anak Ketiga dari empat bersaudara dan merupakan buah cinta kasih dari pasangan Tajuddin.P dan Rosdiati.

Penulis menempuh pendidikan dasar pada tahun 2004 di Sekolah Dasar (SD) Negeri 440 Salekoe Palopo dan tamat pada tahun 2010 . Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Palopo dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya di salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 2 Palopo dengan mengambil jurusan Teknik kendaraan Ringan (TKR) dan tamat pada tahun 2016. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di salah satu pendidikan di institute perguruan tinggi pada tahun 2016 yaitu di Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dengan mengambil fokus pendidikan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dalam rangka memenuhi kewajiban sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis pada akhir studinya menulis skripsi dengan judul *“Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid 19 Pada BSI”*.