

**ANALISIS PENGARUH MANFAAT PRODUK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
KCP MASAMBA**

*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*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**NUR AINUN**

17 0402 0096

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

**ANALISIS PENGARUH MANFAAT PRODUK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH SYARIAH INDONESIA  
KCP MASAMBA**

*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*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**NUR AINUN**

17 0402 0096

**Pembimbing:**

**Arsyad L.S.Si., M.Si**

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

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ainun

Nim : 17 0402 0096

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

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

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 25 April 2022

Yang membuat pernyataan  
  
Nur Ainun

NIM.17 0402 0096

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh Manfaat Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masamba yang ditulis oleh Nur Ainun, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0096, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 02 September 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 5 Safar 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).


Palopo, 14 November 2022

### TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H Ketua Sidang (  )
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A Sekretaris Sidang (  )
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI Penguji I (  )
4. Hendra Safri, S.E., M.M Penguji II (  )
5. Arsyad L, S.Si., M.Si Pembimbing (  )

### Mengetahui:

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

  
**Dr. Takdir, S.H., M.H**  
NIP 19790724 2003121 002

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
**Hendra Safri, S.E., M.M**  
NIP 19861020 201503 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Analisis Pengaruh Manfaat Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masamba**" setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi perbankan syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, teristimewa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta, ayah saya Rijal dan Ibu saya Lisnawati yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang hingga dewasa, memberikan pengorbanan yang tiada batas dan senantiasa memberikan dorongan dan doa. Selanjutnya penulis juga menyampaikan ucapan

terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,Perencanaan, dan Keuangan Dr.Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A, IAIN Palopo.
2. Dr. Takdir, S.H.,M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A., Wakil Dekan Bidang Adm. Umum Perencanaan dan Keuangan Tajuddin, S.E., Ak., CA.,CSRS.,CAPM.,CAPF.,CSRA., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Ilham, S.Ag., M.A Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Hendra Safri. SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah dan Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc, selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Arsyad L.S.Si., M.Si, Selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi.
5. Dr. Fasiha, S.El., M.El, selaku dosen penguji I yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.

6. Hendra Safri, S.E., M.M, selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini
7. Andi Farhami Lahila M, S.E.sy., M.E.sy, selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Madehang,.S.Ag.,M.Pd. selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
10. Kepada semua teman seperjuangan penulis di Perbankan Syariah khususnya pada kelas PBS C, yang selalu membantu penulis selama kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan dan pelajaran hidup yang nantinya akan dikenang. Terima kasih teman-teman, semoga kita sukses semua.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi

Palopo, 25 April 2022

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

#### 1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha.	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal.	Ž.	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S.	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	'ain	'	apstrof terbalik



ع	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	ـ,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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

## 2. Vocal

Vocal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
ا	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
ا	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هل هو : *haua*

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
ا ؤ	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### 5. Syaddah (Tasydid)

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

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjāinā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمُّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> ( <i>az-zalzalāh</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafāh</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 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. Contohnya:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

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

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi 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 sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fi Zilal al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab*

## 9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata ,Allah' yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz *al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

## 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 wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Ṣyahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur‘ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

## 11. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt. = *subhanahu wa ta`ala*

Saw. = *shallallahu `alaihi wa sallam*

as = *`alaihi as-salam*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = wafat tahun

Qs.../...4 = Quran Surah

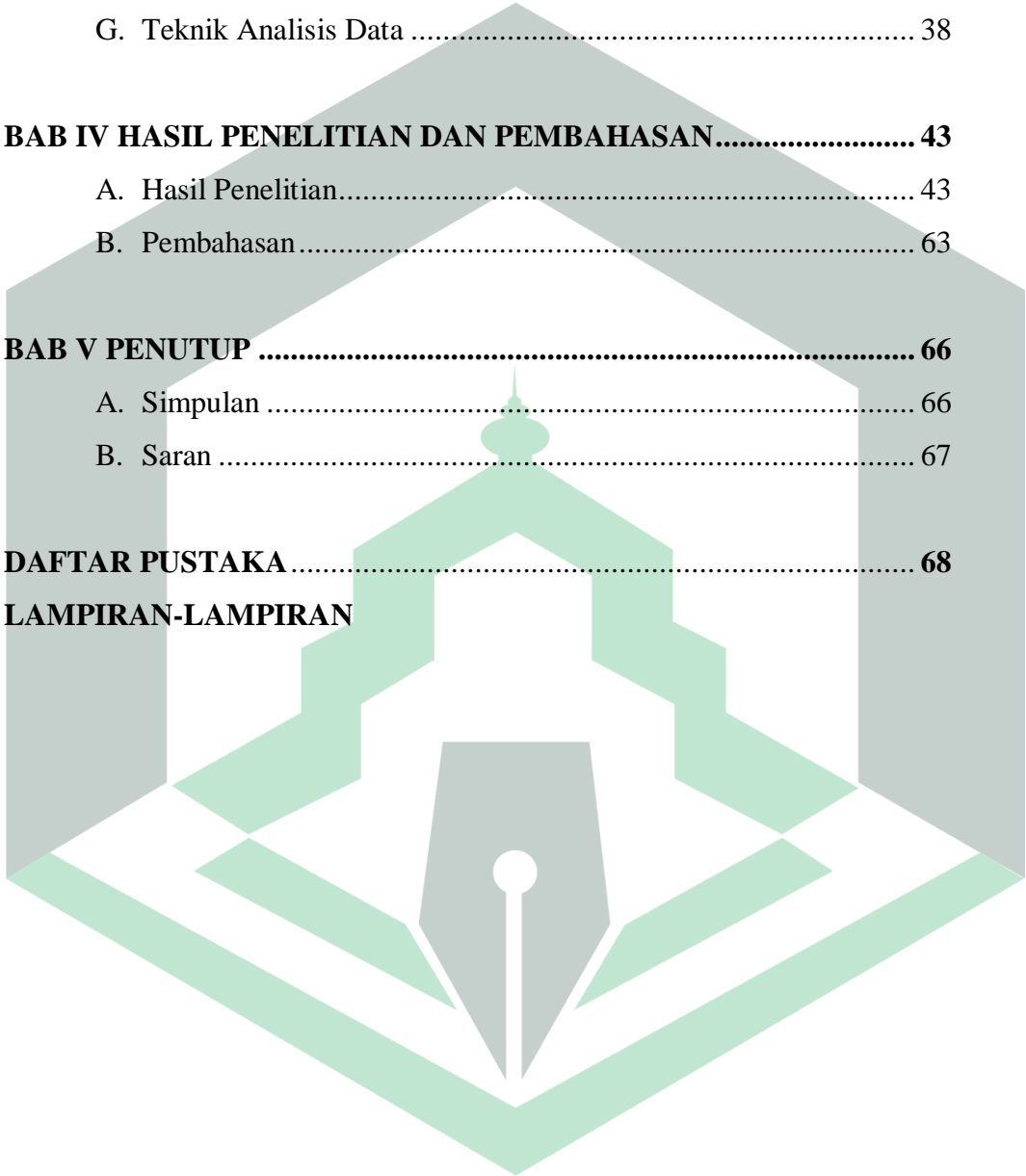


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>I</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</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 KUTIPAN AYAT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	6
B. Landasan Teori .....	8
C. Kerangka Pikir.....	32
D. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34



C. Definisi Operasional Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Hasil Penelitian.....	43
B. Pembahasan.....	63
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Surah Al-Baqarah ayat 275 .....	20
---------------------------------	----



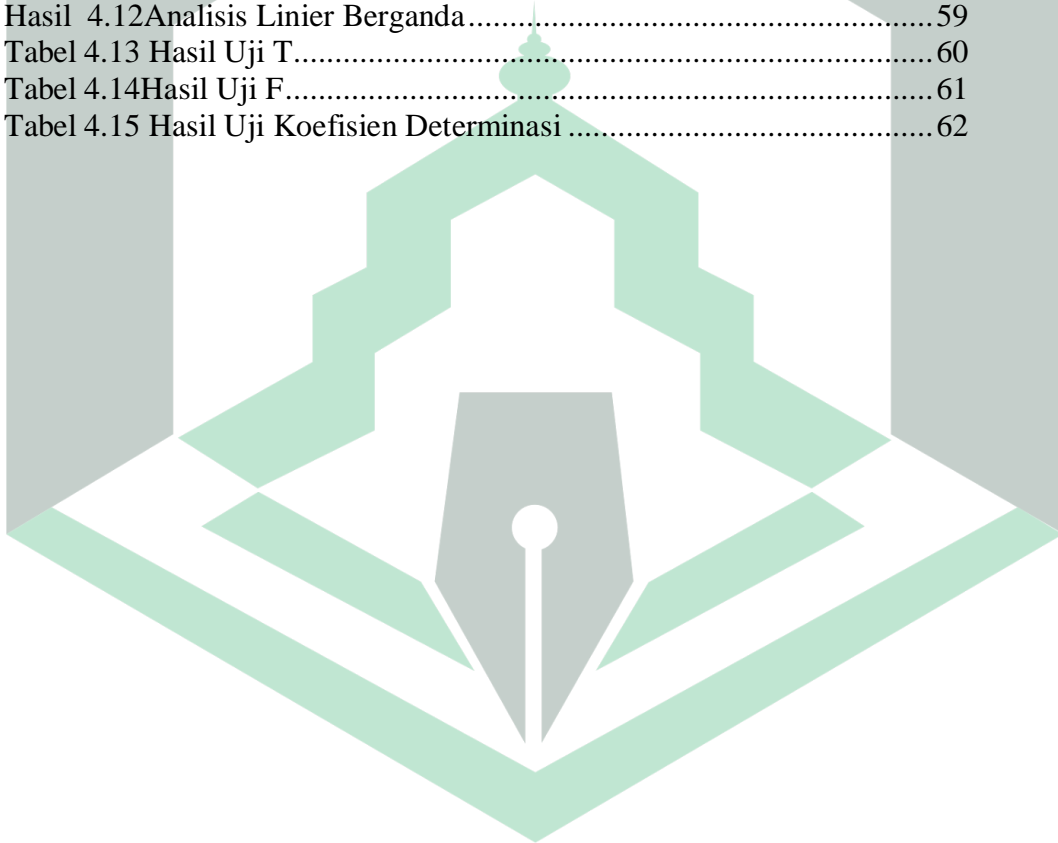
## DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Riba ..... 21



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas X1 .....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas X2 .....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Y .....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas .....	58
Hasil 4.12	Analisis Linier Berganda.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji T.....	60
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI Cabang Masamba.....	45
Gambar 4.2 <i>Grafik Scatterplot</i> .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas  $X_1, X_2$  dan  $Y$

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas  $X_1, X_2$  dan  $Y$

Lampiran 5 Distribusi R tabel

Lampiran 6 Distribusi T Tabel

Lampiran 7 Distribusi F Tabel

Lampiran 8 Izin Penelitian

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup



## DAFTAR ISTILAH

SPSS : *Statistical Package Of Social Science*

Q.S : Quran Surah

H0 : Hipotesis 0

H1 : Hipotesis 1

(X) : Variabel Independen

(Y) : Variabel Dependen

x : Kali

< : Kurang Dari

> : Lebih Dari

= : Sama Dengan

+

% : Persen

## ABSTRAK

**Nur Ainun, 2022.** "Analisis Pengaruh Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan di Bank Syariah Indonesia Kcp Masamba." Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Arsyad L.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Masamba. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan angket kepada responden, dengan populasi nasabah BSI KCP Masamba sebanyak 5000 dengan pengambilan sampel berdasarkan teori *Roscoe* yaitu sebanyak 100 sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 20. Hasil penelitian ini adalah: (1) variabel produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba ( $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 14,566 > t_{tabel} 1,98472$ .), (2) kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba ( $0,021 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,288 > t_{tabel} 1,98472$ ) dan (3) bahwa produk (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba dengan nilai F hitung sebesar  $F_{hitung} 539,701 > F_{tabel} 2,70$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,0000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,918.

**Kata Kunci:** Produk, Kualitas Layanan, Kekuatan Pesaing, Keputusan Nasabah membuka rekening Bank Syariah Indonesia



## ABSTRACT

**Nur Ainun, 2022.**" Analysis of the Effect of Product and Service Quality on Customer Decisions to Open Savings at Indonesian Islamic Bank Kcp Masamba."Palopo State Islamic Institute Supervised by Arsyad L.

This study aims to determine the effect of product and service quality on customer decisions to open an account at Bank Syariah Indonesia KCP Masamba. This type of research is quantitative research. The data collection technique in this study was by distributing questionnaires to respondents, with a population of 5000 BSI KCP Masamba customers with Sampling based on Roscoe's theory is 100 samples. The research method used is multiple regression analysis with the help of SPSS software version 20. The results of this study are: (1) product variable (X1) has a significant effect on customer decisions (Y) to open savings at BSI KCP Masamba ( $0.000 < 0.05$  and  $t_{count} 14.566 > t_{table} 1.98472$ ), (2) service quality has a significant effect on customer decisions (Y) to open savings at BSI KCP Masamba ( $0.021 < 0.05$  and  $t 2.288 > t_{table} 1.98472$ ) and (3) that product (X1) and service quality (X2) together have a positive and significant effect on customer decisions (Y) to open savings at BSI KCP Masamba with a calculated F value of  $F_{count} 539.701 > F_{table} 2.70$  with a significance value of  $0.0000 < 0.05$ . The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.918.

**Keywords:** Product, Service Quality, Competitive Strength, Customer Decision to open an Indonesian Sharia Bank account.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Peran perbankan dalam menjalankan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Bank dapat di katakan sebagai darahnya perekonomian, berdasarkan kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang di simpan atau ditipkan kepada bank tersebut akan aman dan di ambil jika diperlukan, tetapi bank juga menaruh kepercayaan kepada masyarakat yang meminjam dana dari bank bahwa dana tersebut dapat di kembalikan tepat pada waktunya.<sup>1</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah memiliki kegiatan operasional yang di lakukan. Pertama ialah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan, selanjutnya memberikan pelayanan terkait jasa-jasa lainnya.<sup>2</sup>

Penerapan strategi pemasaran di dalam suatu perusahaan perbankan senantiasa selalu berubah sejalan dengan perkembangan dan perubahan lingkungan yang ada. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk

---

<sup>1</sup> Ferry HendroBasuki, and Hartina Husein. "Analisis SWOT Financial Technology pada Dunia Perbankan di Kota Ambon." *Manajemen Dan Bisnis* 2.1 (2018).

<sup>2</sup> H. Bachtiar Simatupang. "Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia." *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)* 6.2 (2019): 136-146.

meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan. Melalui pelayanan yang baik dari bank maka usaha meningkatkan kepuasan nasabah dapat tercapai, loyalitas nasabah perlu diperhatikan agar tujuan bank mampu dicapai oleh bank untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka bank harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah.<sup>3</sup>

Tingkat minat menabung nasabah pada bank syariah dapat diukur melalui indeks inklusi, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) yang ditujukan kepada masyarakat *in the bottom of the pyramid* untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman (*keeping*), transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek.<sup>4</sup>

Indeks Keuangan Inklusif (IKI) adalah salah satu cara alternatif untuk pengukuran keuangan inklusif yang menggunakan indeks multidimensional berdasarkan data makroekonomi, terutama pada jangkauan layanan sektor perbankan. Pengukuran IKI pada dasarnya merupakan upaya yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengkombinasikan berbagai indikator sektor perbankan, sehingga pada akhirnya IKI dapat menggabungkan beberapa informasi mengenai berbagai dimensi dari sebuah sistem keuangan yang inklusif,

---

<sup>3</sup> Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung. Penerbit Linda Karya. 2017). 87

<sup>4</sup> Akhmad Darmawan, et al. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng syariah." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 18.1 (2020): 43-52.

yaitu akses (access), penggunaan (usage) dan kualitas (quality) dari layanan perbankan.<sup>5</sup>

Survei Nasional Keuangan Inklusif oleh Sekretariat Dewan Nasional Keuangan Inklusif (S-DNKI) tahun 2020 menunjukkan bahwa 81,4% orang dewasa pernah menggunakan produk atau layanan lembaga keuangan formal. Angka tersebut meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebesar 78,8%. Akses masyarakat Indonesia terhadap produk dan layanan perbankan syariah juga meningkat di tahun 2020. Penggunaan pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah meningkat sebesar 1%, penggunaan tabungan dan deposito meningkat 0,7%, penggunaan transfer bank meningkat 0,3%, dan akses masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah juga meningkat 0,6%.<sup>6</sup>

Ada beberapa faktor yang memengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk membuka rekening yaitu:

1. Manfaat produk: sangat berkaitan dengan produk perbankan yang dipilih oleh nasabah untuk dapat memenuhi kebutuhannya.
2. Kualitas layanan: untuk perusahaan jasa, kualitas layanan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Azwar Azwar. "Analisis Empiris Inklusifitas Keuangan Syariah Di Indonesia." *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan* 10.1 (2017): 1-21.

<sup>6</sup>Kementerian Keuangan Republik Indonesia."Survei Inklusi Keuangan Tahun 2020.Juni 2021.<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/survei-inklusi-keuangan-tahun-2020-diharapkan-dapat-menjadi-dasar-pengambilan-kebijakan/>.

<sup>7</sup> Mutia Ulfa. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Tabungan Pada Bank Mandiri Syariah KCP Padang Bulan Medan". Medan. (2019). 1

Keputusan nasabah yang melakukan pembukaan rekening dapat diartikan sebagai kepercayaan nasabah terhadap bank, faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk membuka rekening tersebut terdapat faktor internal dan faktor eksternal, yaitu fasilitas yang di berikan oleh bank, serta kualitas pelayanan yang sangat memengaruhi kepercayaan nasabah yang merupakan faktor internal dan faktor eksternalnya adalah pembukaan rekening atas permintaan nasabah.

Ada beberapa cara untuk membuka rekening yang dimiliki seorang nasabah, salah satunya adalah membuka rekening melalui kantor bank yang dimana nasabah harus melewati beberapa prosedur yang telah ditetapkan oleh bank itu sendiri. Terkait kegiatan pelayanan pembukaan rekening, adapun unit yang terlibat dalam pelaksanaannya, yaitu unit *Costemer Service*, dan Unit *Teller*, tentunya petugas bank tetap harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.<sup>8</sup>

Berdasarkan masalah tersebut, penulis akhirnya memutuskan untuk meneliti mengenai "*Analisis Pengaruh Manfaat Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masamba*".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCP Masamba?

---

<sup>8</sup> Randy Pribadi. "Prosedur Pelayanan Transaksi Penutupan Rekening Simpanan (TABUNGAN, GITO, DAN DEPOSITO) Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sudirman Pekanbaru". Pekanbaru. (2018).1

2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCP Masamba?
3. Apakah ada pengaruh produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCP Masamba?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCP Masamba.
2. Untuk menganalisis kualitas layanan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCPMasamba.
3. Untuk menganalisis pengaruh produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di bank syariah indonesia KCPMasamba.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan terkait perbankan khususnya mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi nasabah membuka tabungan di BSI KCPMasamba.

2. Manfaat peraktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memberi manfaat, serta informasi mengenai faktor yang memengaruhi nasabah membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mendukung permasalahan terhadap bahasan, peneliti berusaha malacak berbagai literature dan penelitian terdahulu (*Prior Research*) yang masih relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian saat ini. Sehingga penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Imam Heryanto (2021) yang meneliti tentang "*Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap bunga tabungan, layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap bunga tabungan, Pengetahuan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada tabungan bunga, Promosi tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan pada bunga tabungan, Produk tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan pada bunga tabungan, Harga tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan pada tabungan bunga.<sup>9</sup> Persamaan penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif dan analisis linier berganda. Perbedaan penelitian ini ialah menggunakan 4 variabel X, selain itu dapat dilihat pada lokasi dan waktu penelitian.

---

<sup>9</sup>Akhmad Darmawan,*et al.* "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng syariah." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 18.1 (2020): 48.



2. Sodik Dwi Purnomo, Heru Cahyo, and Siti Ainul Mukharomah(2021) meneliti tentang "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas*". Hasil temuannya menunjukkan bahwa literasi keuangan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kabupaten Banyumas. Sedangkan variabel kepercayaan, pendapatan dan persepsi bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kabupaten Banyumas. Penelitian ini memiliki implikasi bagi bank syariah perlunya meningkatkan pemberian informasi tentang bank syariah seperti prinsip syariah dan produk yang ada di bank syariah sehingga minat menabung di bank syariah meningkat.<sup>10</sup> Persamaan penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif dan analisis linier berganda. Perbedaan penelitian ini ialah menggunakan minat sebagai variabel Y.

3. Heni Juliana (2021) meneliti tentang "*Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu*". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hasil pengujian kelayakan terhadap 5 variabel sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah, dengan menggunakan analisis *Bartlett Test f Sphericity methode* dan *measure of sampling adequency* (MSA) diketahui 5 faktor yaitu faktor produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank

---

<sup>10</sup>Purnomo, Sodik Dwi, Heru Cahyo, and Siti Ainul Mukharomah. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 6.2 (2021): 348

Syariah Adam. Untuk nilai MMA pada faktor pertama yaitu faktor produk memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,559, untuk faktor promosi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,649, Untuk faktor pelayanan memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,673, faktor reputasi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,520 dan faktor prosedur memiliki nilai MSA juga > 0,05 yaitu 0,583.<sup>11</sup>Persamaan penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif dan analisis linier berganda. Perbedaan penelitian ini ialah menggunakan minat sebagai variabel Y. Selain itu dapat di lihat pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

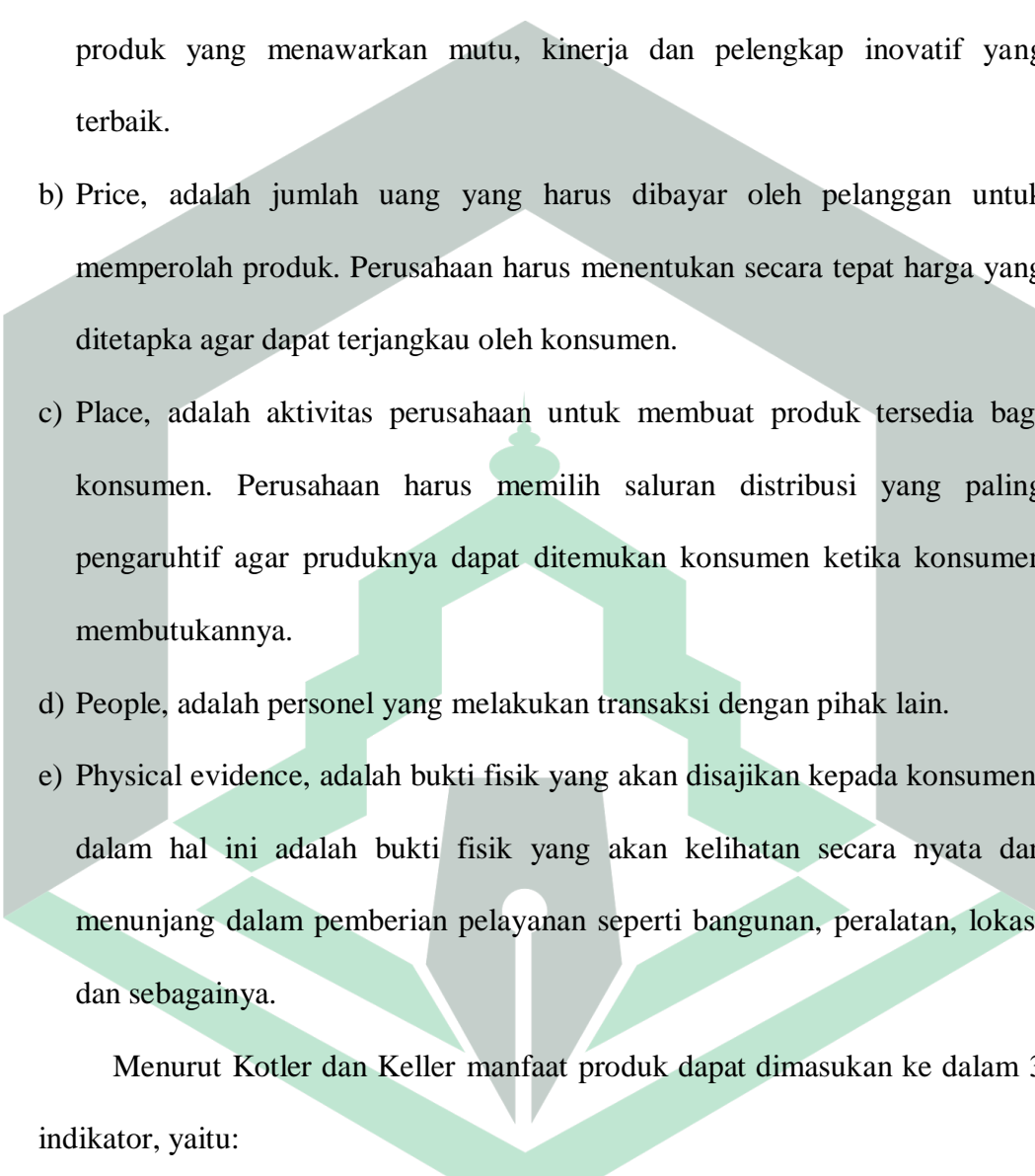
## **B. Landasan Teori**

### **1. Manfaat produk**

Manfaat produk adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatka kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarka dan bertukar sesuatu yang bertali satu sama lain. Karakteristik jasa berbeda dengan karakteristik produk yang sifatnya nyata, maka perusahaan jasa dapat melakukan diferensiasi melalui symbol-simbol dan merek yang digunakan. Jika dalam produk nyata konsep marketing yang kita kenal dengan istilah 4 P (produk, price, pkace, promociion).<sup>12</sup>Maka untuk jasa perusahaan dapat melakukan diferensiasi kompetitif dalam penyanpaan jasa (*service deliveri*) melalui 3 aspek tambahan yakni people, physical evidence, dan process.

<sup>11</sup>Heni Juliana, *Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu*. Diss. IAIN Bengkulu, 2021.98

<sup>12</sup> Philip Kotler, and Kevin Lane Keller. *A framework for marketing management*. (Boston, MA: Pearson, 2016).7

- 
- a) Product, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan. Produk dibedakan menjadi tiga jenis yaitu: barang fisik, jasa dan gagasan. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik.
  - b) Price, adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Perusahaan harus menentukan secara tepat harga yang ditetapkan agar dapat terjangkau oleh konsumen.
  - c) Place, adalah aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen. Perusahaan harus memilih saluran distribusi yang paling berpengaruh agar produknya dapat ditemukan konsumen ketika konsumen membutukannya.
  - d) People, adalah personel yang melakukan transaksi dengan pihak lain.
  - e) Physical evidence, adalah bukti fisik yang akan disajikan kepada konsumen, dalam hal ini adalah bukti fisik yang akan kelihatan secara nyata dan menunjang dalam pemberian pelayanan seperti bangunan, peralatan, lokasi dan sebagainya.

Menurut Kotler dan Keller manfaat produk dapat dimasukkan ke dalam 3 indikator, yaitu:

- a) Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*)

Hal ini berhubungan dengan:

- 1) Sesuai keinginan, adalah kesesuaian dari spesifikasi yang sudah ditetapkan sehingga dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

2) Sesuai desain produk, dimana tingkat kesesuaian dari tampilan desain memiliki kemiripan yang tinggi dengan yang diinformasikan.

3) Sesuai kualitas yang ditetapkan, yaitu kesesuaian material/bahan baku dasar produk dengan kualitas yang ditetapkan sesuai dengan yang diterima oleh konsumen.

b) Ketahanan (*Durability*)

1) Kekuatan produk, dimana jaminan dari sebuah produk dengan tingkat kerusakan yang rendah dalam periode waktu tertentu.

2) Daya tahan produk, yaitu kemampuan dan keawetan produk yang dapat bertahan dalam kondisi tertentu.

3) Umur produk, yaitu kemampuan produk untuk dapat menjalankan fungsinya dalam periode waktu tertentu.

c) Desain (*Design*)

1) Keistimewahan desain, adalah fitur dan kedetailan dari penampilan desain yang melengkapi fungsi dasar sebuah produk.

2) Penampilan desain, dimana tampilan dari desain produk berbeda dengan produk sejenisnya dan sesuai dengan *trend* yang diharapkan konsumen.

3) Fungsi desain produk, dimana fungsi dari desain produk yang sesuai keinginan konsumen dan dapat memberikan nilai lebih terhadap penggunaannya.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Kotler, Philip dan Kler, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga. 2012:283

## 2. Kualitas Layanan

### a) Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, Kotler dan Keller.<sup>14</sup>

Sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.<sup>15</sup> Dimensi pertama *technical quality (outcome dimension)* berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan. Dimensi kedua, *functional quality (process-related dimension)* berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis, output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.

Jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tapi bisa juga tidak dikaitkan. Pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Konsep dasar dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang

---

<sup>14</sup>Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.2009:143.

<sup>15</sup>Kotler, Philip and Gary Amstrong.Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.2016:26.

dapat melebihi dari apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.<sup>16</sup>

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.<sup>17</sup>

Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

---

<sup>16</sup>Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.2009:36

<sup>17</sup>Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.2007:32.

## **b) Manfaat Kualitas Pelayanan**

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri dari perusahaan seperti:

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk jasa mungkin atau mungkin tidak dengan produk fisik. Pemasaran internal menggambarkan tugas yang diemban perusahaan dalam rangka melatih dan memotivasi para karyawan (sebagai ujung tombak pelayanan) agar dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

### 1) Pelanggan akan setia

Konsumen akan setia kepada perusahaan karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, pelanggan bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

### 2) Pelanggan bisa menjadi media iklan

Pelanggan bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, pelanggan bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

3) Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin.

Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

4) Pelanggan tidak akan memperlakukan mengenai harga karena rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka pelanggan tidak akan memperlakukan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan

5) Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan pelanggan bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

6) Nama baik perusahaan meningkat

Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua pelanggan

7) Unggul dalam persaingan bisnis

Perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena pelanggan telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.



### c) Indikator Kualitas pelayanan

Service quality diensions, merupakan dimensi kualitas pelayanan dimana setiap pelayanan yang di tawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya, lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

#### 1) Bukti fisik (*tangible*)

Menurut Lupiyoadi Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.<sup>18</sup> Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti transportasi (armada), Perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawai. Fasilitas fisik yang lengkap dan memadai akan membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dalam menggunakan pelayanan tersebut.

#### 2) Empati (*Emphaty*)

Menurut Lupiyoadi Empati (*Emphaty*) dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan untuk memenuhi kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Apabila penilaian pelanggan untuk perhatian

---

<sup>18</sup>Lupiyoadi, Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta. Salemba Empat.2014:75.

dari perusahaan sangat baik maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa yang diberikan.<sup>19</sup>

### 3) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan dan sikap yang simpatik.<sup>20</sup>

Kualitas jasa di pengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*), dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyediaan jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah yang sebaliknya ( $\text{perceived} > \text{expected}$ ), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyediaan jasa itu lagi.

### 3. Keputusan

Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang melalui konsumen.<sup>21</sup>

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemecahan masalah. Dalam memutuskan produk apa yang akan dibeli, sebagian konsumen menggunakan mental yang sama dalam memntuskannya. Walaupun

<sup>19</sup>Lupiyoadi, Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta. Salemba Empat.2014:75.

<sup>20</sup> Tjuptono Fandy, *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*, (Yogyakarta: Andih. 1998). 68

<sup>21</sup>Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

kenyataannya berbagai konsumen akhirnya memilih barang yang berbeda beda untuk di beli itu disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi dan pengaruh sosial.<sup>22</sup>

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Tugas pemasaran adalah memahami perilaku pembelian tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut.

- a) Pengenalan Masalah, pada tahap ini seorang konsumen mengenali dan menyadari adanya masalah kebutuhan.
- b) Pencarian Informasi, pada tahap ini seorang konsumen mulai memiliki Keputusan untuk mencari informasi lebih banyak.
- c) Perilaku Sesudah Pembelian, pada tahap ini seorang konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.<sup>23</sup>

#### **4. Bank Syariah**

##### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank di ambil dari *banco*, bahasa Italia artinya meja. Dahulu orang yang menukarkan uang menjalankan kegiatan mereka di pelabuhan atau tempat para kapal tiba di tempat yang dituju dan pergi, orang yang mengembara, dan wiraswasta turun naik kapal. Oleh karena itu, bank disini berfungsi sebagai

<sup>22</sup>Boyd-Walker-Larreche, 2000. Edisi Kedua. "Manajemen Pemasaran", Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

<sup>23</sup> Setiadi, J Nugroho. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, edisi 1, Cetakan 1. Bogor: Kencana Prenada Media Group, 2003.

tempat menukar uang antara bangsa yang berbeda-beda mata uangnya.<sup>24</sup> Menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dimaksud bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya bank syariah sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara dengan mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Hanya saja bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya, bank menghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan menggunakan dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.<sup>25</sup>

Sebagai sebuah bank dengan prinsip syariah, maka bank syariah diharapkan menjadi lembaga keuangan yang dapat menjembatani antara para pemilik modal atau pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana

Adapun beberapa fungsi dari didirikannya perbankan syariah adalah:

- 1) Mengarahkan agar umat Islam dalam melaksanakan kegiatan muamalahnya secara islami, dan terhindar dari praktek *riba* serta praktik lain yang mengandung unsur *gharar*, di mana jenis usaha tersebut selain dilarang

---

<sup>24</sup> Muh.Ruslan Abdullah dan Fasiha, *Pengantar Islamic Economics, Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar:Lambung Informasi Pendidikan (LIPa),2013),100

<sup>25</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002),79.

dalam Islam juga menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan perekonomian masyarakat.

- 2) Dalam rangka menciptakan keadilan dalam bidang ekonomi dengan melakukan pemerataan pendapatan melalui berbagai kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan ekonomi yang besar antara pemilik modal dengan mereka yang membutuhkan dana.
- 3) Dalam rangka meningkatkan kualitas hidup umat manusia dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar, terutama kepada kelompok miskin serta mengarahkan mereka untuk menjalankan kegiatan usaha yang produktif.
- 4) Dalam rangka membantu penanggulangan masalah kemiskinan yang biasa terjadi di negara-negara sedang berkembang, yang ironisnya banyak dihuni umat Islam di dalam usaha pengentasan kemiskinan ini adalah berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol dengan sifat kebersamaan dengan siklus usaha yang lengkap, seperti program pembinaan perdagangan perantara, program pengembangan modal kerja, serta dikembangkannya program pengembangan modal bersama.
- 5) Untuk menjaga tingkat stabilitas dari ekonomi dan moneter dan juga untuk menghindari persaingan yang tidak sehat yang mungkin dapat terjadi antara lembaga keuangan.

## b. Landasan Hukum Bank Syariah

### 1) Al-Qur'an

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil, bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan atau membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Berdasarkan yang telah dijelaskan di dalam Al Qur'an QS.Al-Baqarah 275 bahwa Allah melarang adanya riba dan menghalalkan jual beli.

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

**Terjemahnya:** “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, 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>26</sup>

Ayat di atas bermaksud bahwa (orang-orang yang memakan riba), artinya mengambilnya. Riba itu ialah tambahan dalam muamalah dengan uang dan bahan makanan, baik mengenai banyaknya maupun mengenai waktunya, (tidaklah bangkit) dari kubur-kubur mereka (seperti bangkitnya orang yang kemasukan setan disebabkan penyakit gila) yang menyerang mereka; minal massi berkaitan dengan yaquumuuna. (Demikian itu), maksudnya yang menimpa mereka itu (adalah karena), maksudnya disebabkan mereka

<sup>26</sup>Agama, Kementerian RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Bandung: PT Madina, 2012.

(mengatakan bahwa jual-beli itu seperti riba) dalam soal diperbolehkannya. Berikut ini kebalikan dari persamaan yang mereka katakan itu secara bertolak belakang, maka firman Allah menolaknya, (padahal Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Maka barang siapa yang datang kepadanya), maksudnya sampai kepadanya (pelajaran) atau nasihat (dari Tuhannya, lalu ia menghentikannya), artinya tidak memakan riba lagi (maka baginya apa yang telah berlalu), artinya sebelum datangnya larangan dan doa tidak diminta untuk mengembalikannya (dan urusannya) dalam memaafkannya terserah (kepada Allah. Dan orang-orang yang mengulangi) memakannya dan tetap menyamakannya dengan jual beli tentang halalnya, (maka mereka adalah penghuni neraka, kekal mereka di dalamnya).

## 2) Al-hadist

Di dalam beberapa kasus, Rasulullah menjelaskan contoh-contoh pinjaman dan perdagangan yang dianggap riba, hadis juga menjelaskan bahwa riba itu perbuatan yang dilarang oleh Allah. Riba sangat bertentangan secara langsung dengan semangat kooperatif dan kollektif yang ada dalam sistem ekonomi Islam. Orang kaya seharusnya memberikan hak-hak orang miskin dengan membayar zakat dan memberi sadaqah sebagai tambahan dari zakat tersebut. Pada sistem ekonomi islam tidak mengizinkan kaum muslimin untuk menjadikan kekayaannya sebagai alat untuk menghisap darah orang-orangmiskin.<sup>27</sup> Hadisnya antara lain yaitu:

---

<sup>27</sup>Muh.Ruslan Abdullah dan Fasiha, *Pengantar ISLAMIC ECONOMICS Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, cetakan pertama (Makassar:Lambung Informasi Pendidikan, 2013),100

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَحَدٌ أَكْثَرَ مِنَ الرَّبَا إِلَّا كَانَ عَاقِبَتُهُ أَمْرَهُ إِلَى قَلْبِهِ

Dari Ibnu Mas'ud, Nabi bersabda, “Tidaklah seorang itu memperbanyak harta dari riba kecuali kondisi akhirnya adalah kekurangan/kemiskinan” [H.R. Ibnu Majah].

Dari Ubada Bin Sami, Rasulullah bersabda yaitu:

عَنْ عُبَادَةَ بْنِ الصَّامِتِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- «الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ مِثْلًا بِمِثْلِ سِوَاءٍ بِسِوَاءٍ يَدًا بِيَدٍ فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ

**Terjemahannya :** “Emas untuk emas, perak untuk perak, Gandum untuk gandum, barang siapa membayar lebih atau menerima lebih dia telah berbuat riba. Pemberi dan penerima sama saja (dalam dosa).” (HR. Muslim dan Ahmad)

### 3) Fatwa MUI/DSN tentang Perbankan Syariah

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dibentuk dengan rangka mewujudkan aspirasi umat Islam mengenai masalah perekonomian atau keuangan yang dilaksanakan sesuai dengan tuntunan Islam.<sup>28</sup> Fatwa DSN-MUI NO.7/DSN-MUI/IV/2000, dalam fatwa ini di jelaskan: “Lembaga keuangan syariah (LKS) sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah kecuali jika mudharib atau nasabah melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian”

### 4) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

<sup>28</sup>DSN MUI, "Sekilas Tentang DSN-MUI (Online)", 2021. www.dsnmui.or.id



Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang merupakan peraturan yang secara khusus pelaksana dari regulasi dari Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang perbankan Syariah yang telah diundangkan Hingga saat ini yaitu:

- a) POJK Nomor 19/POJK.03/2017 Tentang penetapan status dan tindak lanjut pengawasan Bank Perkreditan Rakyat dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.
- b) POJK Nomor 75/POJK.03/2016 Tentang standar penyelenggaraan teknologi informasi bagi Bank Perkreditan Rakyat dan Badan Pembiayaan Rakyat Syariah.
- c) POJK Nomor 66/POJK.03/2016 Tentang kewajiban penyediaan modal minimum dan pemenuhan modal inti minimum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- d) POJK Nomor 65/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.
- e) POJK Nomor 62/POJK.03/2016 tentang Transformasi Lembaga Keuangan Mikro Konvensional Menjadi Bank Perkreditan Rakyat dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- f) POJK Nomor 37/POJK.03/2016 tentang Rencana Bisnis Bank Perkreditan Rakyat dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- g) POJK Nomor 02/POJK.03/2016 tentang pengembangan jaringan kantor perbankan syariah dalam rangka stimulus perekonomian nasional bagi bank.
- h) POJK Nomor 02/POJK.03/2016 Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

- i) POJK Nomor 12/POJK.03/2015 tentang Stimulus Perekonomian Bank Syariah.

### 5) Undang-undang Tentang Bank Syariah

Akomodasi peraturan perundang-undangan Indonesia terhadap ruang gerak perbankan syariah terdapat pada beberapa peraturan perundang-undangan berikut ini :<sup>29</sup>

- a) Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

“Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.<sup>30</sup>

- b) Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

- c) Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Sentral. Undang-Undang ini memberi peluang bagi BI untuk menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

- d) Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum dan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah. Kedua peraturan perundang-undangan ini mengatur kelembagaan bank syariah yang meliputi pengaturan tata cara pendirian, kepemilikan, pengurusan, dan kegiatan usaha bank.

<sup>29</sup> Muh.Ruslan Abdullah dan Fasiha, *Pengantar ISLAMIC ECONOMICS Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, cetakan pertama (Makassar:Lumbung Informasi Pendidikan, 2013),103

<sup>30</sup> Otoritas Jasa keuangan, "Undang – undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah", 02 Desember 2013. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

- e) Peraturan Bank Indonesia No. 2/7/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang Giro Wajib Minimum Peraturan Bank Indonesia No. 24/PBI/2000 tanggal 11 Februari tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No. 1/3/PBI/1999 tanggal 13 Agustus 1999 tentang Penyelenggaraan Kliring Lokal dan Penyelesaian Akhir Transaksi Pembayaran Antar Bank atas Hasil Kliring Lokal, Peraturan Bank Indonesia No. 2/8/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang pasar uang antar bank berdasarkan Prinsip Syariah, dan peraturan Bank Indonesia No. 2/9/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang Serifikat Wadi'ah Bank Indonesia. Peraturan perundang-undangan tersebut mengatur tentang likuiditas dan instrumen moneter yang sesuai dengan prinsip syariah.
- f) Ketentuan-ketentuan yang dikeluarkan oleh *Bank for international Settlement* (BIS) yang berkedudukan di Basel, Swiss yang dijadikan acuan oleh perbankan Indonesia untuk mengatur Pelaksanaan Prinsip Kehati-hatian (*Prudential Banking Regulations*).
- g) Peraturan lainnya yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan lembaga lain sebagai pendukung operasi bank syariah yang meliputi ketentuan berkaitan dengan pelaksanaan tugas bank sentral, ketentuan standar akuntansi dan audit, ketentuan pengaturan perselisihan perdata antara bank dengan nasabah (arbitrase muamalah), standarisasi fatwa produk bank syariah, dan peraturan pendukung lainnya.

## 6) Peran Bank Syariah

Berbicara tentang peranan, tidak dapat dipisahkan dari fungsi dan kedudukannya, peranan bank syariah meliputi:

- a) Memurnikan operasional perbankan syariah hingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- b) Meningkatkan kesadaran syariat umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syariah.
- c) Menjalin kerjasama para ulama, karena bagaimanapun peranan ulama sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.<sup>31</sup>

Adanya bank syariah diharapkan memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia melalui pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah, melalui pembiayaan bank syariah dapat menjadikan mitra dengan nasabah. Sehingga hubungan nasabah tidak lagi hubungan antara kreditur dan debitur tetapi dengan hubungan kemitraan. Dalam menjalankan perannya, bank syariah akan lebih realistis jika bank syariah mampu menjalankan kegiatannya secara maksimal, kegiatan bank syariah antara lain yaitu:

- a) Manajer investasi yang mengelola investasi dana nasabah yang menggunakan akad mudharabah
- b) Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran seperti bank konvensional sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

---

<sup>31</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2015), 65.

- c) Investor yang menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan prinsip syariah dan membagi hasil dengan nisbah yang disepakati.
- d) Pengembalian fungsi sosial berupa dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah serta penjaminan kebajikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### 7) Produk Bank Syariah

Produk bank syariah yang ditawarkan secara garis besar yaitu dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

#### a) Produk Pendanaan

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam enam kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:<sup>32</sup>

(1) Produk Pembiayaan yang berprinsip pada akad jual beli

(a) Akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayarannya dilakukan secara tangguh, Landasan Syariah *Murabahah* adalah Fatwa DSN MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*. *Murabahah* sebagai salah satu bentuk jual beli, merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari keuntungan, dimana salah satu yang menjadi pembeda antara *Murabahah* dengan bentuk

---

<sup>32</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2016), 156.

jual beli lainnya adalah ketentuan pengambilan keuntungan yang transparan dalam praktik jual beli.

Dalam pengambilan keuntungan tersebut besarnya keuntungan yang diharapkan harus jelas dan transparan, dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang diharapkan. Sehingga keuntungan tersebut merupakan lebih bersifat *margin* atau sesuatu yang disepakati bukan dalam bentuk *mark up* tambahan yang lebih dekat pada bentuk penzaliman, ditentukan sepihak tanpa analisis yang rasional. Besarnya keuntungan tersebut sendiri bisa ditentukan dalam nominal nilai uang (*Red: rupiah*) atau dalam bentuk persentase dari pokok harga barang. Untuk menentukan besar kecilnya komisi atau tambahan tersebut para ulama madzhab berbeda pendapat dalam menentukan biaya-biaya yang diperbolehkan sebagai tambahan nilai pokok.<sup>33</sup>

(a) Akad *Salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu sesuai dengan kesepakatan. Transaksi ini diterapkan dengan pembiayaan barang yang belum ada. Landasan syariah *Salam* adalah Fatwa DSN MUI No.5/IV/2000 tentang jual beli *Salam*.

(b) Akad *Istishna* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli. Produknya menyerupai produk salam namun di *istishna* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali termin pembayaran.

---

<sup>33</sup>Fasiha, *Islamic Finance (Konsep dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*, cetakan ke 1 (Palopo: Laskar Perubahan, 2016), 83

(2) Produk pembiayaan yang berprinsip pada akad bagi hasil

(a) Akad mudharabah, dalam pembiayaan adalah akad kerjasama dalam suatu usaha antar pihak pertama yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua selaku pengelola dana membagikan keuntungan usaha sesuai kesepakatan akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank. Landasan syariah akad mudharabah adalah Fatwa DSN MUI No.7/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Mudharabah*. Landasan hukum mudharabah di dalam Al Quran ialah surah Al-Muzzammil ayat 20 yang artinya:

*"Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Qur'an. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi yang berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Qur'an dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan) nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."*

(b) Akad musyarakah, adalah akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang dimana masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing. Landasan syariah pembiayaan *musyarakah* Fatwa DSN

MUI No.8/DSN MUI/ IV/2000 tentang *Musyarakah*. Berdasarkan prinsip *Musyarakah*, bank syariah membuat kontribusi ekuitas terhadap perusahaan atau proyek tertentu dan berhak untuk menerima persentase yang disepakati dari keuntungan. Bank memberikan kontribusi terhadap kerugian sebanding dengan investasinya di perusahaan. Bank dan pengusaha berhak untuk mengelola perusahaan.

(c) Produk Pembiayaan yang berprinsip pada akad *Qardh*

Akad *qardh* adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati. Landasan syariah akad *Qardh* adalah Fatwa DSN MUI No.79/DSN-MUI/III/2011 tentang *Qardh* dengan menggunakan dana nasabah.

(3) Produk pembiayaan yang berprinsip pada akad penyewaan barang bergerak dan tidak bergerak kepada nasabah

(a) Akad *ijarah* adalah akad penyedia dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diakui pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad *Ijarah* adalah Fatwa DSN MUI No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijarah*. Objek *Ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan jasa. Manfaat barang harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak. Pemenuhan manfaat harus yang bersifat di bolehkan. Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syariah. Manfaat harus di kenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan jahalah



(ketidak-tahuan) yang akan mengakibatkan sengketa. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya. Bisa juga di kenal dengan identifikasi fisik.<sup>34</sup>

(b)Sewa adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar kepada si pemberi pinjaman sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual beli dan dapat pula di jadikan sewa dalam ijarah.

(c)Akad *ijarah muntahiya bittamlik* (IMBT) adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang dan jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang. Landasan syariah Ijarah Muntahiya Bittamlik adalah Fatwa DSN MUI No.27/DSN-MUI/III/2002 tentang *ijarah muntahiya bittamlik*

#### **b) Produk Penghimpunan Dana**

Dalam penghimpunan dana BUS dan UUS melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting karena Islam sangat mengutuk penumpukan dana dan penimbunan harta serta mendorong penggunaannya secara produktif dalam rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui Rekening giro, Rekening tabungan dan deposito. Prinsip dalam penghimpunan dana oleh bank adalah sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Fasiha, *Islamic Finance (Konsep dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*, cetakan ke 1 (Palopo: Laskar Perubahan, 2016), 102

(1) Prinsip *wadiah* terdiri dari dua jenis yaitu:

- (a) *Wadiah amanah* yaitu harta yang dititipi terhadap bank tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi sedangkan,
- (b) *Wadiah yad dhamanah* yaitu pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan dan bank boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

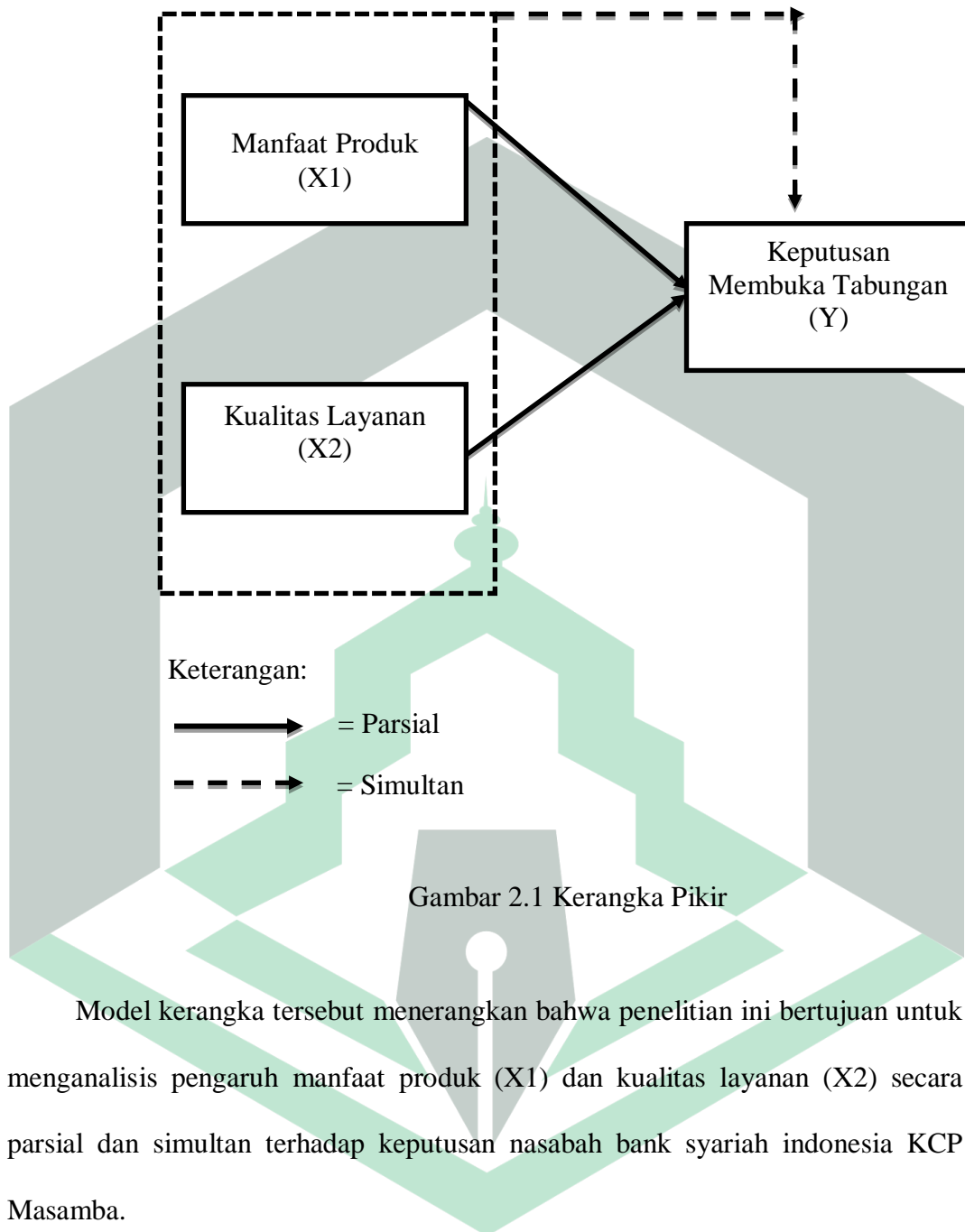
(2) Prinsip *mudharabah*

Dalam prinsip *mudharabah* ini, penyimpanan dana bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan. Ada tiga bagian dalam prinsip *Mudharabah* yakni:

- (a) *Mudharabah Mutlaqah* yaitu tidak ada batasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
- (b) *Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet* yaitu simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank.
- (c) *Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet* yaitu penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksanaan.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah penjelasan sementara dari fenomena yang mengarah ke masalah dalam suatu topik penelitian. Sehingga kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu:



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang dinyatakan dalam bentuk yang dapat diuji dan yang memprediksi hubungan tertentu antara keduanya (atau lebih) variabel. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Manfaat produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

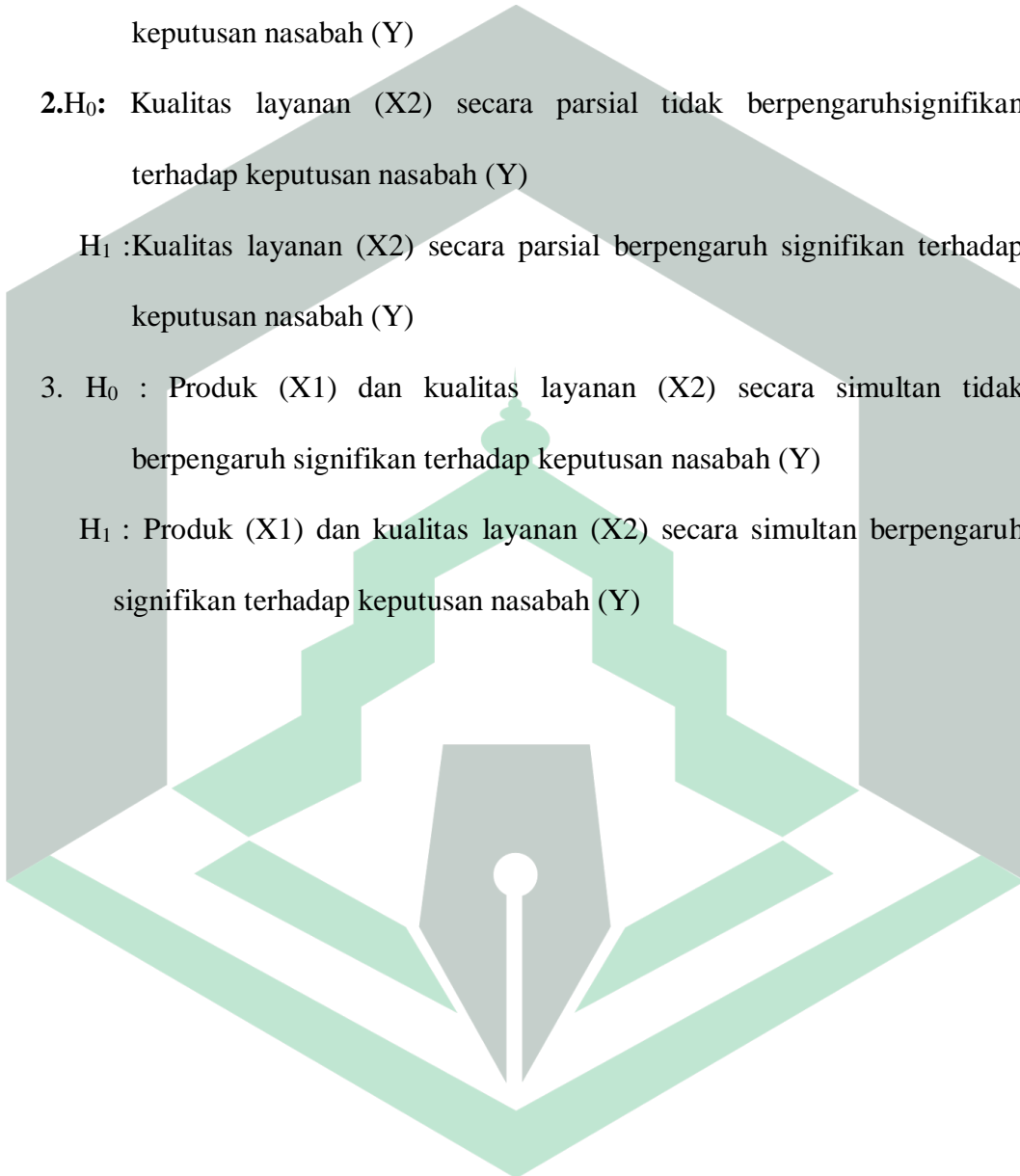
$H_1$  : Manfaat produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

2.  $H_0$  : Kualitas layanan (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

$H_1$  : Kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

3.  $H_0$  : Produk (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

$H_1$  : Produk (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menguji teori, menetapkan fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, memperkirakan dan memprediksi hasil. Desain penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif harus terstruktur, terstandarisasi, diformalkan dan dirancang terlebih dahulu. Rancangannya spesifik dan detail karena yang menjadi dasar adalah rancangan penelitian yang akan dilaksanakan.<sup>35</sup>

Penelitian kuantitatif digunakan penulis, untuk mengetahui tentang pengaruh manfaat produk dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di Bank Syariah Indonesia KCP Masamba.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Sehingga lokasi dalam penelitian ini di Bank Syariah Indonesia KCP Masamba.

##### **2. Waktu**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini pada bulan Maret - April 2022.

---

<sup>35</sup>Ahmad Tanzeh. *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras), 99

### C. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah unit analisis rasional yang bisa asumsikan salah satu dari sejumlah kumpulan nilai yang ditentukan. Atau variabel bisa sebagai sebuah konsep yang dapat diukur salah satu dari empat jenis skala pengukuran, yang memiliki tingkat presisi yang berbeda-beda pengukuran. Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel digunakan yaitu variabel dependent dan variabel independent.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Manfaat Produk	Manfaat produk adalah produk perbankan yang dipilih oleh nasabah untuk dapat memenuhi kebutuhannya.	1. Ketepatan/kesesuaian (Conformance) 2. Ketahanan (Durability) 3. Desain (Design)
2	Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna.	1. Bukti fisik (tangible) 2. Empati (Emphaty) 3. Keandalan (Reliability)
3	Keputusan Nasabah	Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Perilaku pasca pembelian

### D. Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang memiliki jumlah serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>36</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah yang sudah membuka tabungan di BSI KCP Masamba sebanyak 5000.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota suatu populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu<sup>37</sup>. Sampel adalah subkelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu Sample harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi.<sup>38</sup>

Metode pengambilan sampel ini digunakan untuk menghemat waktu dan tenaga, maka penelitian ini menggunakan convenience sampling, dimana calon responden yang terpilih adalah mereka yang tinggal di lokasi yang sama dengan peneliti yaitu kota Masamba. Menurut Roscoe penentuan jumlah sampel dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah diantara 30 sampai dengan 500.
- 2) Bila sampel dibagi dalam beberapa kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, pelajar dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

---

<sup>36</sup>Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Media Publishing,2015),55

<sup>37</sup>Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Media Publishing,2015), 56.

<sup>38</sup> Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia,2002) , 56.

- 3) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok yaitu 10 s/d 20.

Dengan mengacu pada teori Roscoe, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden karena jumlah minimal sampel yang diperkenankan yaitu sepuluh kali jumlah variabel. Untuk itu jumlah 100 sampel dianggap sudah cukup dalam penelitian ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian kuesioner/angket kepada responden. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Masamba berjumlah 100 orang.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner / angket kepada para responden. Angket (kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data



tentang keputusan nasabah. Pertanyaan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 (Rentang nilai 81 - 100)
- b. Setuju (S) dengan skor 4 ( Rentang nilai 61 - 80 )
- c. Ragu - Ragu (RG) dengan skor 3 ( Rentang nilai 41 – 60 )
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2 ( Rentang nilai 21-40 )
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 ( Rentang nilai 0-20)

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.<sup>39</sup> Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara  $r$  hitung (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen atau ketetapan dalam menjawab alat evaluasi tersebut. Suatu alat evaluasi (instrument) dilakukan baik bila reliabilitasnya tinggi. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya

---

<sup>39</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121

menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali).<sup>40</sup> Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *coefficients cronbach's alpha*  $> 0,60$ <sup>41</sup>.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses di mana peneliti membawa struktur dan makna ke kumpulan data yang dikumpulkan. Dalam membantu penelitian ini dalam menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS for Windows version 20.0 sebagai alat analisisnya.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>42</sup> Pada uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

---

<sup>40</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2012).120.

<sup>41</sup> Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010, 36.

<sup>42</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), 212.

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen, karena akan menurunkan kepercayaan terhadap uji signifikansi. Deteksi ada tidaknya gejala polikolonial pada model regresi ini dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>43</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi yang baik. Lakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat scatter plot.<sup>44</sup>

#### d. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linieritas akan menentukan Anareg yang digunakan. Apabila dari suatu hasil dikategorikan linier maka data penelitian diselesaikan dengan Anareg linear. Sebaiknya apabila

---

<sup>43</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 79

<sup>44</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 80

data tidak linear maka diselesaikan dengan Anareg non linear.<sup>45</sup> Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F-Tabel dengan taraf signifikan 5% yaitu:

- 1) Jika nilai deviation from linearity lebih besar dari 0.05, maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier antara variabel X dengan Y.
- 2) Jika nilai deviation from linearity lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dengan Y.

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas. Sesuai dengan tujuan dan hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini, maka teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Dalam penelitian ini, variabel terkait dipengaruhi oleh tiga variabel bebas. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Persamaan umum regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

---

<sup>45</sup>Tulus Winarsunu, *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006), 180

Pengujian ini dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dan probabilitas signifikan  $> 0.05$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan probabilitas signifikan  $< 0.05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika deviation from linearity  $< 0,05$  maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- 2) Jika deviation from linearity  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dan terikat.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terdapat di  $0 < R^2 < 1$ , dimana nilai  $R^2$  yang kecil berarti menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Variabel independen dianggap memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen apabila nilai  $R^2$  mendekati

satu. Sehingga jika  $R^2 = 0$  maka diantara variabel independen dan variabel dependen tidak mempunyai hubungan, sedangkan jika  $R^2 = 1$  maka diantara variabel independen dan variabel dependen terdapat suatu hubungan yang kuat.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Lokasi Penelitian**

##### **a. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

PT Bank Syariah Indonesia Tbk merupakan bank hasil penggabungan antara PT Bank BNI Syariah (BNIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS) dimana BRIS merubah nama menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan tersebut disetujui Otoritas Jasa Keuangan melalui keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor 4/KDK.02/2021 tanggal 27 Januari 2021 tentang pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. sebagai hasil penggabungan. Persetujuan Dewan Komisiner OJK tersebut mulai berlaku sejak tanggal persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia terhadap perubahan Anggaran Dasar PT Bank BRI Syariah Tbk. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI telah memberikan persetujuan melalui Surat Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0006268.AH01.02 perihal Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar PT Bank Syariah Indonesia Tbk tertanggal 01 Februari 2021.

BSI sebagai perusahaan public dan merupakan hasil penggabungan, turut berupaya menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan menyesuaikan dengan ketentuan terkini. Penerapan tata kelola perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip Transparansi (Transparency), Akuntabilitas (Accountability), pertanggungjawaban (Responsibility), Profesional (Professional), Kewajaran (Fairness). BSI menilai bahwa prinsip-prinsip GCG tersebut telah sejalan dengan prinsip syariah sehingga penerapan prinsip GCG menjadi hal yang harus dilakukan. Sebagai wujud komitmen perseroan terhadap POJK No.8/POJK.03/2014 dan surat edaran OJK No.10/SEOJK.03/2014 tentang penilain tingkat kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.

#### **b. Visi dan Misi BSI KCP Masamba**

Bank BSI KCP Masamba memiliki visi dan misi dalam menjalankan kegiatannya. Visi adalah suatu rancangan jauh mengenai perusahaan, niat perubahan yang wajib dilaksanakan guna menggapai kesuksesan pada perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun visi BSI KCP Masamba yaitu menjadi “Top 10 Global Islamic Bank”.

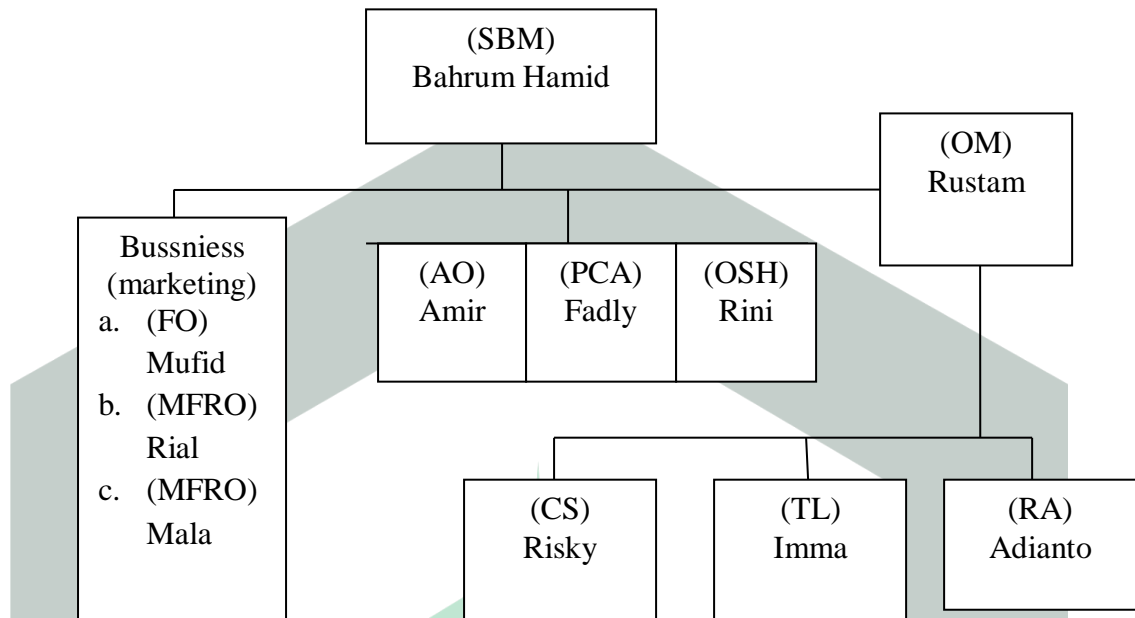
Sedangkan untuk Misi dari BSI KCP Masamba yaitu ada tiga :

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia



### c. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Bank Syariah Indonesia yaitu:



*Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Masamba*

Berikut adalah tugas yang dilakukan oleh masing-masing departemen ialah sebagai berikut :

1. Pimpinan cabang
  - a. Mengkoordinasikan dan menetapkan jadwal kerja tahunan agar bisa searah dengan visi dan misi BSI.
  - b. Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kerja tahunan agar bisa memastikan tujuan yang telah ditetapkan bisa tercapai tepat waktu.
  - c. Mengidentifikasi kebutuhan dan strategi pengembangan rencana kerja tahunan agar bisa memastikan jumlah dan peringkat SDI ssesuai dengan strategi bank.

- d. Melakukan analisis SWOT setiap bulan agar bisa menentukan posisi pribadi dan posisi pesaing di wilayah kerja setempat.
- e. Pengkajian, penetapan dan pengesahan kegiatan non operasional.
- f. Mengkoordinasikan segala sarana dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan disepakati sesuai dengan visi dan misi kerja.

## 2. *Operational Officer*

- a. Menetapkan rencana kerja mingguan/bulanan di departemen untuk memastikan bahwa telah konsisten dengan rencana kerja.
- b. Melaporkan secara langsung hasil koordinasi, penentuan dan evaluasi dari tujuan kerja semua karyawan.
- c. Mengawasi proses kerja untuk memastikan bahwa semua pekerjaan dilakukan sesuai dengan rencana/tujuan kerja, SOP yang berlaku pada suatu perusahaan.
- d. Menetapkan dan meninjau pelaksanaan rencana kerja perusahaan untuk memastikan bahwa data telah akurat dan terkini pada menentukan kebijakan dan evaluasi manajerial.
- e. Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan untuk memenuhi persyaratan tiap divisi agar bisa melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan SOP yang berlaku.
- f. Melakukan pemeriksaan dan pengajuan permintaan barang atau peralatan kerja untuk memastikan penggunaan dan pengadaan peralatan kerja telah efisien.

3. *Analisis Officer, Micro Account Officer dan Officer Gadai*

- a. Terus berupaya meningkatkan keterampilan dan pemahaman tentang produk dan layanan bank termasuk persyaratan untuk setiap jenis produk.
- b. Mengumpulkan data atau informasi mengenai perkembangan ekonomi dan dunia usaha lokal, untuk dijadikan sebagai indikator perkembangan saham.
- c. Penerapan budaya kerja BSI.

4. *Administrator pembiayaan / Back Officer Micro*

- a. Memasukkan data nasabah pembiayaan dan melakukan verifikasi
- b. Menindak lanjuti jadwal pembayaran
- c. Menyimpan arsip pembiayaan
- d. Administrasi perpanjangan BPKB dan permintaan asuransi.

5. *SDI umum / Back Officer*

- a. Pengelolaan personality dan pemeliharaan kantor serta rekrutmen karyawan
- b. Pelaksanaan santunan dan LBTR
- c. Menyusun laporan bulanan perusahaan

6. *Layanan pelanggan / Customer Services*

- a. Memberikan pernyataan kepada nasabah tentang produk, syarat dan prosedur
- b. Mengurus nasabah pada membuka rekening giro dan tabungan
- c. Memproses permintaan pemblokiran dari nasabah
- d. Membuatkan nasabah buka rekening.

7. *Petugas bank / Teller Bank*

- a. Menerima setoran secara tunai dan non-tunai

- b. Melayani nasabah pada proses penarikan atau penyetoran dana dari bank
- c. Mengamankan dan memelihara kas, surat berharga, dan membuat laporan sesuai dengan departemen masing-masing.

## 2. Deskripsi Data Responden

### a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Penelitian ini dilakukan pada beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia KCPMasamba yang berjumlah 100 orang.

#### 1) Responden Menurut Jenis Kelamin

Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	47
2	Perempuan	53
Total		100

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 53 orang, dan responden laki-laki berjumlah 47 orang.

## 2) Responden Menurut Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	20-30	52
2	31-40	22
3	41-50	16
4	51-60	10
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel tersebut diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 20-30 tahun yaitu sebanyak 52 orang. Kemudian disusul responden dengan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 22 orang, usia 41-50 tahun sebanyak 16 orang dan proporsi responden terkecil adalah responden dengan usia 51-60 yaitu sebanyak 10 orang.

## 3) Responden Menurut Pekerjaan

Berdasarkan hasil data primer mengenai karakteristik responden BSI Cabang Masamba berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Mahasiswa	58
2	Wiraswasta	20
3	PNS	8
4	Lainnya	14
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka jumlah responden terbesar adalah responden sebagai mahasiswa yakni 58 orang, responden yang bekerja sebagai wiraswasta yakni 29 orang, responden yang bekerja sebagai PNS yakni 8 orang dan responden lainnya 14.

### **3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.<sup>46</sup> Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara  $r$  hitung (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

---

<sup>46</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Produk (X1)

Produk (X1)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,720	0,1966	Valid
Item 2	0,767	0,1966	Valid
Item 3	0,731	0,1966	Valid
Item 4	0,606	0,1966	Valid
Item 5	0,809	0,1966	Valid
Item 6	0,741	0,1966	Valid
Item 7	0,510	0,1966	Valid
Item 8	0,705	0,1966	Valid
Item 9	0,710	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel manfaat produk (X1) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966) sehingga hasilnya adalah valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan(X2)

Kualitas Pelayanan (X2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,661	0,1966	Valid
Item 2	0,682	0,1966	Valid
Item 3	0,595	0,1966	Valid
Item 4	0,723	0,1966	Valid
Item 5	0,676	0,1966	Valid
Item 6	0,719	0,1966	Valid
Item 7	0,589	0,1966	Valid
Item 8	0,719	0,1966	Valid
Item 9	0,749	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah SPSS(2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel kualitas pelayanan (X2) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966) sehingga hasilnya adalah valid.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan Nasabah (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0,557	0,1966	Valid
Item 2	0,527	0,1966	Valid
Item 3	0,600	0,1966	Valid
Item 4	0,483	0,1966	Valid
Item 5	0,335	0,1966	Valid
Item 6	0,582	0,1966	Valid
Item 7	0,448	0,1966	Valid
Item 8	0,472	0,1966	Valid
Item 9	0,630	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel keputusan nasabah (Y) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966) sehingga hasilnya adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas



Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen atau ketetapan dalam menjawab alat evaluasi tersebut. Suatu alat evaluasi (instrument) dilakukan baik bila reliabilitasnya tinggi. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali).<sup>47</sup> Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *coefficients cronbach's alpha* > 0,60<sup>48</sup> Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Manfaat Produk (X1)		0,867	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)		0,854	
	0,60		
Keputusan Nasabah (Y)		0,624	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Pada tabel 4.7 menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel X1 dan X2 dan Y yaitu 0,867, 0,854 dan 0,624. Hal ini menunjukkan bahwa

<sup>47</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2012).120.

<sup>48</sup> Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2010,36.

nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X1, X2 dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji *normalitas*, uji multikolinieritas, dan uji *heteroskedastisitas*. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data. Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov. Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,35649667
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,074
	Negative	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z		,815
Asymp. Sig. (2-tailed)		,519

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai signifikan sebesar 0,519 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam pengujian model regresi terdapat korelasi. Multikolinieritas adalah hubungan linier antara variabel independen di dalam regresi berganda. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan analisis perhitungan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dengan nilai tolerance  $> 0,10$  a nilai VIF  $< 10$ . Adapun hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel Hasil 4.9 Uji Multikolenieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,685	,991		3,717	,000		
	MANFAAT PRODUK	,841	,058	,888	14,566	,000	,229	4,374
	KUALITAS PELAYANAN	,074	,058	,079	1,288	,201	,229	4,374

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

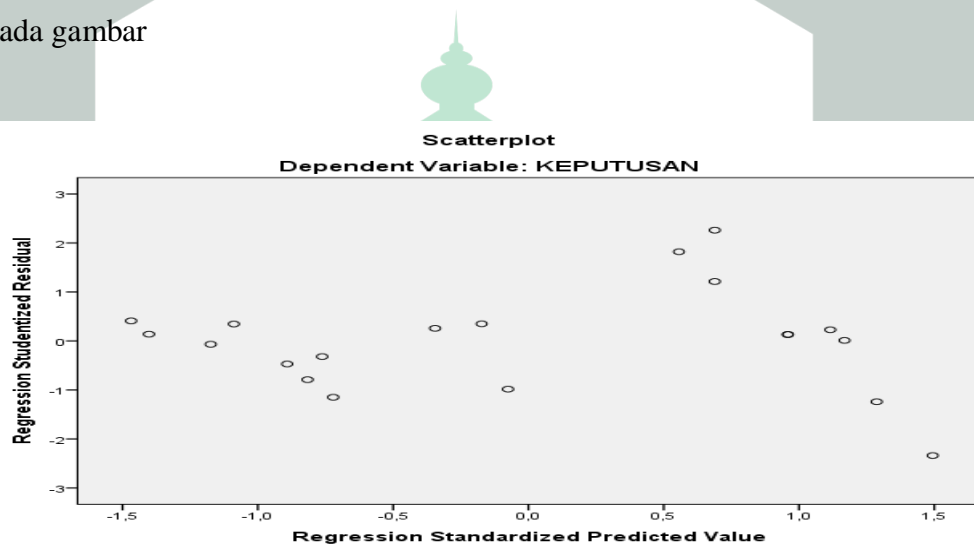
Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Dari tabel tersebut hasil dari pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel variabel manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan(X2) 0,229. Nilai VIF untuk variabel manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2)masing-masing adalah 4,374.Maka dapat

dinyatakan bahwa nilai tolerance dari variabel-variabel tersebut diperoleh lebih dari 0,1. Dan hasil dari nilai VIF pada variabel tersebut adalah kurang dari 10. Maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, jika dalam grafik *scatterplot* penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka kesimpulannya adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Adapun hasil dari uji *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada gambar



Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot*

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan garfik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak

terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,358	,636		3,707	,000
	MANFAAT PRODUK	-,015	,037	-,083	-,400	,690
	KUALITAS PELAYANAN	-,024	,037	-,135	-,649	,518

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Hasil output uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yaitu variabel manfaat produk (X1) memiliki nilai signifikan  $0,690 > 0,05$  dan variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai signifikan  $0,518 > 0,05$ . Dimana nilai variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari  $0,05$  maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### d. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel manfaat produk (X1), variabel kualitas layanan (X2) dengan variabel Keputusan (Y). dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya uji regresi linier. Suatu uji yang dilakukan harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai deviation from linearity lebih besar dari  $0.05$ , maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan

linier antara variabel manfaat produk (X1), kualitas layanan (X2) dengan variabel keputusan (Y), sebaliknya, jika nilai deviation from linearity lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier antara variabel manfaat produk (X1) dan kualitas layanan (X2) dengan variabel keputusan (Y). Adapun hasil uji linieritas dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * MANFAAT PRODUK	Between Groups	(Combined)	2055,217	21	97,867	49,539	,000
		Linearity	2024,026	1	2024,026	1024,536	,000
		Deviation from Linearity	31,190	20	1,560	,789	,718
	Within Groups		154,093	78	1,976		
	Total		2209,310	99			

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * KUALITAS LAYANAN	Between Groups	(Combined)	1722,948	21	82,045	13,158	,000
		Linearity	1628,661	1	1628,661	261,196	,000
		Deviation from Linearity	94,287	20	4,714	,756	,756
	Within Groups		486,362	78	6,235		
	Total		2209,310	99			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai deviation from linearity dari kedua variabel yaitu manfaat produk dan kualitas layanan adalah sebesar 0,718 dan 0,756. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel manfaat produk dan kualitas layanan terhadap keputusan membuka rekening di BSI Cabang Masamba.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Adapun hasil analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS, Analisis uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh manfaat produk, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing terhadap keputusan nasabah. Selain itu, juga untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (dependen) terhadap variabel terikat (independen). seperti terlihat pada Tabel 4.12

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,685	,991		3,717	,000
	MANFAAT PRODUK	,841	,058	,888	14,566	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,074	,058	,079	2,288	,021

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Persamaan Regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

$$Y = 3,685 + 0,841X_1 + 0,074X_2$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 3,685 artinya jika rata-rata variabel independen (manfaat produk dan kualitas pelayanan) konstan, maka rata-rata keputusan nasabah akan naik sebesar 3,685 satuan.

- b. Koefisien regresi manfaat produk (X1) sebesar 0,841 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai manfaat produk maka akan menaikkan keputusan nasabah sebesar 0,841satuan.
- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,074 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai kualitas pelayanan maka akan menaikkan keputusan nasabah sebesar 0,074satuan.

### 5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*. Untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, maka perlu dilakukan uji t.

#### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik atau t hitung dengan titik kritis menurut tabel atau t tabel. Hasil perhitungan (*t-test*) atau t hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%). Kriteria uji parsial jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk derajat bebas (df) = n-k-1 adalah  $100-2-1 = 97$ . Dengan rumus

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 97)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 97)$$



berdasarkan tabel distribusi “t” diperoleh  $t_{0,025,97} = 1,98472$ . Selain itu dapat menggunakan signifikan penelitian  $< 0,05$

Tabel 4.13 Uji t (Parsial)

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,685	,991		3,717	,000
	MANFAAT PRODUK	,841	,058	,888	14,566	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,074	,058	,079	2,288	,021

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel manfaat produk (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 14,566 > t_{tabel} 1,98472$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.
- 2) Berdasarkan hasil uji pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0,021 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 2,288 > t_{tabel} 1,98472$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X1, X2 dan Y secara simultan berpengaruh.

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2027,142	2	1013,571	539,701	,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,168	97	1,878		
	Total	2209,310	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, ,MANFAAT PRODUK

Sumber : Output SPSS yang diolah (2022)

Pada tabel tersebut dapat dilihat nilai  $F_{hitung} 539,701 > F_{tabel} 2,70$ . Hal tersebut berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

### 6. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi atau uji  $R^2$  digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil perhitungan  $R^2$  pada SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,958 <sup>a</sup>	,918	,916	1,370

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, MANFAAT PRODUK

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel hasil perhitungan uji  $R^2$  tersebut dapat diketahui besarnya kontribusi pengaruh manfaat produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,918. Artinya, besarnya kemampuan variabel manfaat produk dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan keputusan nasabah membuka tabungan di BSI KCP Masamba adalah sebesar 91,8% sedangkan 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## B. Pembahasan

Penelitian ini mengenai pengaruh manfaat produk, keualitas pelayanan dan kekuatan pesaing terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di BSI KCP Masamba. Untuk menjawab masalah tersebut peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang memiliki jumlah 100 sampel. Lalu data yang didapatkan akan di analisis menggunakan bantuan alikasi SPSS 20 agar mempermudah peneliti mengelola data penelitian. Hasil analisis yang telah dilakukan dengan beberapa tahap pengujian menunjukkan hasil sebagai berikut :

### **1. Pengaruh manfaat produk terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di BSI Cabang Masamba.**

Berdasarkan nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel manfaat produk (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 14,566 > t_{tabel} 1,98472$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

Dilihat dari nilai koefisien regresi manfaat produk (X1) sebesar 0,841 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai manfaat produk maka akan menaikkan keputusan nasabah sebesar 0,841 satuan.

### **2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan di BSI Cabang Masamba**

Berdasarkan hasil uji, dapat dilihat bahwa nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0,021 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 2,288 > t_{tabel} 1,98472$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

Dilihat dari nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,074 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai kualitas pelayanan maka akan menaikkan keputusan nasabah sebesar 0,074 satuan.

**3. Pengaruh manfaat produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah membuka rekening di BSI Cabang Masamba.**

Berdasarkan hasil uji F, nilai  $F_{hitung} 539,701 > F_{tabel} 2,70$ . Hal tersebut berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba.

4. Berdasarkan tabel hasil perhitungan uji  $R^2$  tersebut dapat diketahui besarnya kontribusi pengaruh manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar 0,918. Artinya, besarnya kemampuan variabel produk, kualitas pelayanan dan kekuatan pesaing dalam menjelaskan keputusan nasabah membuka tabungan di BSI KCP Masamba adalah sebesar 91,8% sedangkan 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan pada bab IV maka didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel manfaat produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel manfaat produk (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 14,566 > t_{tabel} 1,98498$ .
2. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-test pada kolom sig. untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0,021 < 0,05$  sedangkan  $t_{hitung} 2,288 > t_{tabel} 1,98498$ .
3. Hasil pengujian menyatakan bahwa manfaat produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) membuka tabungan di BSI KCP Masamba. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F, nilai  $F_{hitung} 539,701 > F_{tabel} 2,70$ , dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**B. Saran**

1. Kepada Bank Syariah Indonesia KCP Masamba untuk lebih meningkatkan kualitas manfaat produk, kualitas pelayanan dan kekuatan dalam bersaing sehingga nasabah yang memiliki keputusan membuka rekening di bank syariah lebih meningkat.
2. Kepada peneliti berikutnya agar melakukan pengembangan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementerian RI. *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: PT Madina. 2012.
- Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher. 2009).
- Ahmad Tanzeh. *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras), 99
- Akhmad Darmawan, et al. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng syariah." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 18.1.2020
- Andri Soemitra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta : Kencana, 2016).
- Azwar Azwar. "Analisis Empiris Inklusifitas Keuangan Syariah Di Indonesia." *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan* 10.1 (2017).
- Boyd-Walker-Larrece. Edisi Kedua. "Manajemen Pemasaran", Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2000.
- Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung. Penerbit Linda Karya. 2017).
- DSN MUI, "Sekilas Tentang DSN-MUI (Online)", 2021. [www.dsnmui.or.id](http://www.dsnmui.or.id)
- Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2012).
- Fasiha, *Islamic Finance (Konsep dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*, cetakan ke 1 (Palopo: Laskar Perubahan, 2016).
- Ferry Hendro Basuki, and Hartina Husein. "Analisis SWOT Financial Technology pada Dunia Perbankan di Kota Ambon." *Manajemen Dan Bisnis* 2.1 (2018).
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002).
- H. Bachtiar Simatupang. "Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia." *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)* 6.2 (2019).
- Heni Juliana, *Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu*. Diss. IAIN Bengkulu. 2021.



- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002).
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia."Survei Inklusi Keuangan Tahun 2020.Juni 2021.<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/survei-inklusi-keuangan-tahun-2020-diharapkan-dapat-menjadi-dasar-pengambilan-kebijakan/>
- Kotler, Philip and Gary Amstrong.Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.2016:26 Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.2007.
- Lupiyoadi, Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta. Salemba Empat.2014.
- Muh.Ruslan Abdullah dan Fasiha, *Pengantar Islamic Economics, Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, (Makassar:Lumbung Informasi Pendidikan (LIPa),2013).
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2015).
- Mutia Ulfa. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Tabungan Pada Bank Mandiri Syariah KCP Padang Bulan Medan*". Medan. (2019).
- Otoritas Jasa keuangan,"Undang – undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah",02 Desember 2013.[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Philip Kotler, and Kevin Lane Keller. *A framework for marketing management*. (Boston, MA: Pearson, 2016).7]Kotler, Philip dan Kller, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.2012:283]Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta.Erlangga.2009.
- Purnomo, Sodik Dwi, Heru Cahyo, and Siti Ainul Mukharomah. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 6.2 (2021).
- Randy Pribadi. "Prosedur Pelayanan Transaksi Penutupan Rekening Simpanan (Tabungan, Gito, Dan Deposito) Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sudirman Pekanbaru".Pekanbaru. (2018).
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik,.,*Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Media Publishing,2015).

Setiadi, J Nugroho. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, edisi 1, Cetakan 1. Bogor: Kencana Prenada Media Group, 2003.

Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017.

Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2010.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.2007.

Tjuptono Fandy, *Peranan Desainkemasan Dalam Dunia Pemasaran*, (Yogyakarta: Andih. 1998).



**LAMPIRAN**

**LAMPIRAN**



LAMPIRAN 1  
KUESIONER PENELITIAN  
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

---

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Tempat.

Dengan Hormat,

Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saya adalah mahasiswa program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo yang sedang mengerjakan skripsi dan melakukan penelitian mengenai “ANALISIS PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEKUATAN PESAING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMBUKA TABUNGAN DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALOPO”. Bersamaan ini perlu saya sampaikan, Semua informasi yang diberikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kesediaan saudara/i mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nur Ainun

## KUESIONER PENELITIAN

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/i. adapun kriteria jawabannya sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RG : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Dan diharapkan tidak ada satu nomor pun yang terlewatkan dalam mengisi skala ini.
3. Gunakan tanda (√) untuk jawaban yang anda pilih.

### BAGIAN I (Identitas Responden)

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Usia:

4. Pekerjaan:

### BAGIAN II

Manfaat Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Ketepatan/kesesuaian (Conformance)						
1	BSI KCP Palopo memiliki					

	jangka waktu yang fleksibel dalam menabung berdasarkan kesepakatan					
2	Setoran rutin tiap bulan di BSI KCP Palopo sesuai dengan bagi hasil yang kompetitif					
3	Produk yang ada di BSI KCP Palopo sesuai dengan kebutuhan nasabah					
Ketahanan (Durability)						
4	BSI KCP Palopo memiliki jangka waktu yang fleksibel dalam menabung berdasarkan kesepakatan					
5	Produk yang ada di BSI KPC Palopo terjamin keamanannya					
6	Menabung di di BSI KCP Palopo menghindari dari transaksi riba					
Desain (Design)						
7	Nama dari Produk di BSI KCP Palopo beragam dan memiliki arti yang menarik					
8	Nama dari Produk di BSI KCP Palopo mudah di ingat					
9	Nama dari produk di BSI KCP Palopo memiliki arti yang sesuai dengan manfaat produknya					
Kualitas Pelayanan (X2)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Bukti fisik						
1	Suasana di BSI KCP Palopo nyaman dan aman					
2	Karyawan di BSI KCP Palopo berpenampilan rapi dalam melayani					
3	Kebersihan selalu terjaga di lingkungan BSI KCP Palopo					
Empati ( <i>Emphaty</i> )						

4	Karyawan di BSI KCP Palopo bersikap ramah dalam melayani					
5	Karyawan di BSI KCP Palopo melayani dengan sopan santun					
6	Pelayanan tidak bersifat diskriminasi (Membedakan)					
<b>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>						
7	BSI KCP Palopo memiliki standar pelayanan yang jelas					
8	Karyawan di BSI KCP Palopo mampu menciptakan rasa aman nasabah dalam bertransaksi					
9	Karyawandi BSI KCP Palopo memberikan pengarahan atas keunggulan produk yang ditawarkan					

**Keputusan Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Pengenalan Masalah/Kebutuhan</b>						
1	Saya menggunakan jasa di BSI KCP Palopo karena sesuai dengan keinginan saya					
2	saya menggunakan jasa di BSI KCP Palopo karena bersinggungan dengan kegiatan sehari-hari saya.					
3	saya menggunakan produk di BSI KCP Palopo karena sesuai dengan kebutuhan.					
<b>Pencarian Informasi</b>						
4	Saya mengetahui informasi mengenai bank syariah indonesia dari teman, keluarga, tetangga, media cetak, sosial dan media televisive					
5	saya berusaha mencari informasi					

	mengenai bank syariah indonesia di berbagai sumber					
6	saya membaca brosur dan fakta-fakta mengenai bank syariah Indonesia					
Perilaku Pasca Pembelian						
7	Saya merasa puas menggunakan produk di BSI KCP Palopo					
8	setelah saya menggunakan jasa di BSI KCP Palopo memiliki dampak positif dalam kehidupan sehari-hari					
9	saya merasa pelayanan di di BSI KCP Palopo cukup baik.					





LAMPIRAN 2  
TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Produk (X1)									
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL
5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
5	5	4	3	5	4	5	4	5	40
5	4	5	5	4	4	4	5	4	40
4	5	4	4	5	4	5	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	2	2	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
4	3	2	5	4	2	4	4	2	30
4	2	4	4	4	2	2	4	2	28
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
4	2	4	4	4	3	2	5	4	32
4	3	2	4	3	3	4	3	2	28
3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
3	3	3	5	4	4	4	4	3	33
3	4	4	4	4	3	4	4	3	33
4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
5	3	3	4	4	3	5	4	3	34
3	2	2	3	3	2	3	3	2	23
4	4	4	4	4	3	4	5	5	37
3	4	3	3	3	2	3	3	3	27
3	4	3	5	4	3	3	3	2	30
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
3	4	4	4	4	4	4	5	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
5	5	5	5	5	5	1	5	1	37
4	3	3	4	4	4	4	2	5	33
4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
5	4	4	5	5	4	3	4	3	37
2	2	3	3	1	1	1	1	1	15



4	5	5	3	3	4	5	3	4	36
5	4	3	4	3	2	4	4	5	34
3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
3	4	4	3	3	4	5	3	3	32
4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
4	4	4	4	3	2	3	4	4	32
4	4	4	4	3	4	5	3	3	34
5	5	4	4	4	3	4	4	4	37
3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	3	3	5	3	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	3	4	5	5	4	4	38
4	4	4	4	3	4	5	3	3	34
5	5	4	4	4	3	4	4	4	37
3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35

kualitas pelayanan (X2)									
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL
4	4	5	4	5	3	5	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
4	5	4	5	4	4	4	5	3	38
4	4	5	4	4	4	4	5	2	37
4	5	4	3	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	3	4	4	5	36
2	4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
2	4	4	2	4	2	4	2	4	28
2	2	4	2	3	4	4	4	2	27
5	4	4	4	3	5	3	5	5	38
5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
3	4	4	4	5	4	4	4	4	36
4	3	4	4	4	3	4	3	3	32
4	3	4	4	3	3	4	4	4	33
5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
3	2	5	4	3	3	4	2	2	28
3	4	3	2	3	3	4	4	3	29
4	3	4	3	3	3	4	3	3	30

4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
3	4	4	3	3	3	4	3	4	31
4	4	3	4	3	3	4	3	4	32
3	4	3	3	4	3	4	3	4	31
3	5	4	3	5	4	5	4	3	36
2	3	3	2	3	3	4	3	4	27
3	4	5	5	4	4	4	4	4	37
2	3	3	3	3	4	4	3	3	28
3	3	3	2	3	3	3	3	4	27
4	3	3	4	3	4	4	4	3	32
4	4	5	4	4	4	3	4	4	36
4	4	4	3	3	3	3	3	5	32
5	1	5	1	5	5	5	1	5	33
4	4	2	5	2	4	4	2	3	30
3	3	3	4	3	3	4	4	3	30
4	3	4	3	3	4	4	3	3	31
1	1	1	1	3	3	3	1	1	15
4	5	4	2	3	4	4	2	3	31
5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
5	4	5	5	3	4	5	4	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	4	5	4	3	4	4	4	4	37
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	3	4	3	4	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	4	4	3	3	3	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
2	3	3	2	3	3	3	3	3	25
3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
3	5	4	4	3	4	4	3	5	35
4	3	4	2	3	4	4	4	2	30
4	4	4	4	3	4	5	4	5	37
4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
4	5	2	4	5	4	4	4	5	37
4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
4	4	3	4	4	4	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	3	4	4	4	33
3	4	3	4	5	5	3	4	4	35

4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
3	5	3	3	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	5	3	4	5	5	5	5	5	41
3	5	3	3	5	4	3	4	4	34
4	5	3	4	5	5	4	5	5	40
4	3	2	2	3	3	3	3	3	26
4	5	3	4	5	4	4	5	4	38
3	4	3	3	4	3	3	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
5	5	5	4	5	5	4	4	5	42
4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
3	4	2	3	3	2	3	3	4	27
4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	3	4	5	5	3	5	5	39
2	4	4	5	4	4	5	5	4	37
4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
4	4	3	3	4	3	3	4	4	32
4	5	3	3	4	4	4	4	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
2	3	4	4	4	5	4	4	5	35
4	5	3	3	5	5	3	5	5	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	5	3	3	5	5	3	5	5	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	5	36

Keputusan Nasabah (Y)									
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
5	5	5	5	2	4	2	2	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	3	3	2	2	4	30

5	4	5	2	2	5	5	5	4	37
5	5	5	5	1	5	1	1	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	3	3	2	2	3	29
5	5	5	5	2	5	2	2	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	3	5	2	2	5	37
5	5	5	5	2	5	2	2	3	34
2	4	4	4	4	4	4	2	2	30
5	5	5	5	5	3	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	2	2	3	31
4	5	5	4	4	5	2	2	4	35
4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
4	5	3	4	4	4	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	2	2	5	39
2	4	2	4	2	2	2	2	2	22
3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
4	4	4	3	2	2	3	2	3	27
4	3	3	4	3	3	2	4	3	29
5	3	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	2	4	3	2	3	4	3	29
5	5	5	5	4	5	3	3	5	40
3	3	4	3	3	5	4	2	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	4	4	4	2	4	3	4	32
5	4	4	3	4	4	4	2	3	33
5	5	5	5	4	3	3	3	3	36
5	5	5	5	1	5	5	5	5	41
4	4	3	2	2	3	3	4	4	29
4	4	3	3	4	3	3	3	3	30
2	4	4	4	3	2	5	4	4	32
5	5	3	3	4	3	3	3	4	33
5	5	3	4	4	4	2	2	3	32
5	5	5	5	5	5	2	1	5	38
4	4	5	4	4	4	2	2	5	34
5	5	5	5	4	4	3	4	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	5	3	3	3	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

4	4	4	4	4	3	2	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	4	4	4	4	4	4	5	36
5	4	3	4	4	4	2	3	3	32
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
4	4	3	3	3	3	2	3	3	28
4	5	4	4	4	3	3	3	3	33
4	5	4	3	3	3	4	4	3	33
4	4	4	5	1	4	1	2	4	29
5	5	4	5	1	4	1	2	4	31
4	4	4	5	5	4	3	4	5	38
4	4	5	5	2	5	2	4	5	36
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	3	4	3	3	4	35
4	4	3	4	3	4	3	3	4	32
5	4	4	4	2	4	3	3	5	34
4	4	4	5	3	4	3	3	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	2	4	2	4	4	34
4	4	4	3	3	3	2	3	4	30
5	5	4	5	2	4	3	3	4	35
3	3	3	5	2	3	3	4	4	30
4	5	5	4	2	3	2	3	5	33
3	3	4	4	3	3	2	2	2	26
3	3	4	4	3	3	4	3	4	31
4	4	5	3	2	4	2	4	5	33
4	4	4	4	3	3	4	4	5	35
4	4	4	4	2	4	2	2	4	30
4	4	4	2	3	2	3	3	3	28
4	4	3	4	2	4	3	3	4	31
4	4	5	3	3	4	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
4	5	5	3	2	4	2	3	5	33
5	4	4	4	1	4	1	1	3	27
4	4	4	5	3	4	3	3	4	34
4	4	4	5	3	4	3	3	5	35
4	4	5	5	2	3	2	5	5	35
4	4	5	4	1	4	2	2	5	31
5	4	5	5	2	4	3	3	4	35
5	5	5	3	2	3	3	3	5	34

4	5	5	3	2	5	2	4	4	34
4	4	4	3	3	4	3	3	4	32
4	5	4	4	2	4	3	3	4	33
5	5	5	5	1	5	4	4	5	39
4	4	4	4	2	3	3	5	5	34
5	5	5	5	2	5	3	3	4	37
4	5	5	3	3	3	5	3	5	36
4	4	5	5	2	3	2	5	5	35
4	4	5	4	1	4	2	2	5	31
5	4	5	5	2	4	3	3	4	35
5	5	5	3	2	3	3	3	5	34





LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS X1,X2 DAN Y

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	TOTAL	
ITEM1	Pearson Correlation	1	,589**	,453**	,441**	,576**	,394**	,219*	,450**	,478**	,720**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,029	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2	Pearson Correlation	,589**	1	,572**	,333**	,540**	,538**	,369**	,382**	,522**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3	Pearson Correlation	,453**	,572**	1	,405**	,501**	,494**	,210*	,540**	,474**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,036	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM4	Pearson Correlation	,441**	,333**	,405**	1	,568**	,412**	,094	,468**	,234*	,606**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000	,354	,000	,019	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	,576**	,540**	,501**	,568**	1	,631**	,266**	,630**	,422**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,008	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,394**	,538**	,494**	,412**	,631**	1	,339**	,425**	,391**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	,219*	,369**	,210*	,094	,266**	,339**	1	,152	,435**	,510**



ITEM4	Pearson Correlation	,391**	,435**	,422**	1	,307**	,390**	,461**	,516**	,457**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,002	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	,271**	,458**	,264**	,307**	1	,574**	,289**	,547**	,468**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,008	,002		,000	,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,449**	,403**	,340**	,390**	,574**	1	,350**	,523**	,431**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	,342**	,221*	,574**	,461**	,289**	,350**	1	,201*	,335**	,589**
	Sig. (2-tailed)	,001	,027	,000	,000	,004	,000		,045	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	,309**	,545**	,205*	,516**	,547**	,523**	,201*	1	,487**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,040	,000	,000	,000	,045		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM9	Pearson Correlation	,479**	,539**	,333**	,457**	,468**	,431**	,335**	,487**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,661**	,682**	,595**	,723**	,676**	,719**	,589**	,719**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

**Correlations**

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	TOTAL
ITEM1	Pearson Correlation	1	,598**	,469**	,288**	-,064	,473**	-,123	-,029	,336**	,557**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,527	,000	,221	,778	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2	Pearson Correlation	,598**	1	,480**	,288**	-,043	,345**	-,073	-,085	,338**	,527**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,004	,673	,000	,469	,400	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3	Pearson Correlation	,469**	,480**	1	,314**	-,169	,468**	-,047	,008	,568**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,093	,000	,643	,936	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM4	Pearson Correlation	,288**	,288**	,314**	1	-,011	,403**	-,153	,005	,294**	,483**
	Sig. (2-tailed)	,004	,004	,001		,911	,000	,130	,959	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	-,064	-,043	-,169	-,011	1	-,003	,405**	,159	-,150	,335**
	Sig. (2-tailed)	,527	,673	,093	,911		,976	,000	,113	,136	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,473**	,345**	,468**	,403**	-,003	1	-,035	-,079	,344**	,582**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,976		,727	,433	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	-,123	-,073	-,047	-,153	,405**	-,035	1	,587**	,073	,448**
	Sig. (2-tailed)	,221	,469	,643	,130	,000	,727		,000	,467	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	-,029	-,085	,008	,005	,159	-,079	,587**	1	,279**	,472**
	Sig. (2-tailed)	,778	,400	,936	,959	,113	,433	,000		,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM9	Pearson Correlation	,336**	,338**	,568**	,294**	-,150	,344**	,073	,279**	1	,630**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,003	,136	,000	,467	,005		,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,557**	,527**	,600**	,483**	,335**	,582**	,448**	,472**	,630**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



LAMPIRAN 4

HASIL UJI RELIABILITAS X1,X2 DAN Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,624	9

**LAMPIRAN 5**  
**DISTRIBUSI R TABEL**

**Tabel r untuk df = 51 - 100**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274

LAMPIRAN 6

DISTRIBUSI T TABEL

Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98098	2.35950	2.61964



LAMPIRAN 7

DISTRIBUSI F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77

LAMPIRAN 8

IZIN PENELITIAN



**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**(DPMPTSP)**

Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor : 19582/01480/SKP/DPMPSTP/IV/2022

- Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Nur Ainun beserta lampirannya.  
Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/150/IV/ Bakesbangpol/2022 Tanggal 18 April 2022  
Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara;  
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;  
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
- Nama : Nur Ainun  
Nomor : 081999978849  
Telepon  
Alamat : Dsn. Salurante, Desa Rinding Allo Kecamatan Rongkong, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo  
Instansi  
Judul : Analisis Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kekuatan Pesaing Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Penelitian Tabungan Di Bank Syariah Indonesia KCP Masamba  
Lokasi : BSI KCP Masamba, Kelurahan Baliase Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Penelitian

Dengan ketentuan sebagai berikut

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 19 April s/d 26 April 2022.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di Masamba  
Pada Tanggal 18 April 2022



Retribusi : Rp. 0,00  
No. Seri : 19582

## LAMPIRAN 9

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Nur Ainun**, lahir di Salurante pada tanggal 24 Agustus 1999. Penulis merupakan anak kedua dari enam bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Rijal dan ibu Lisnawati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Tokasirang Kecamatan Bara Kelurahan Temmalebba Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 062 Salutallang. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP 01 Limbong.hingga tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Walenrang. Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Email: [Nurainunn17@gmail.com](mailto:Nurainunn17@gmail.com)