

**PENGARUH KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH PADA BNI SYARIAH MASAMBA**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

RAHMATUL UMMAH

15 0402 0202

Dibimbing Oleh:

1. Muzayyanah Jabani, ST., M.M
2. Hendra safri, M.M.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO 2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahmatul Ummah

NIM : 15.0402.0202

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

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

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

Palopo, 10 September 2019

Yang membuat pernyataan,




Rahmatul Ummah
NIM: 15.0402.0202

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba”** yang ditulis oleh **Rahmatul Ummah** dengan NIM **15 0402 0202** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Rabu **11 September 2019** bertepatan dengan **11 Muharram 1441 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, **4 Oktober 2019 M**
05 Sha'far 1441 H

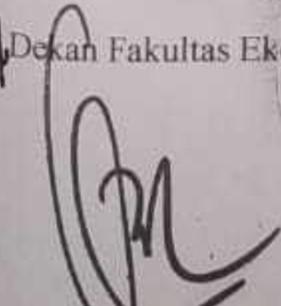
TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Kaharuddin, MPd.I | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Penguji II | (.....) |
| 5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Hendra Safri, M.M. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M. ✓
NIP. 19610208 199403 2 001




Hendra Safri, M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Masamba”**

Yang ditulis oleh:

Nama : Rahmatul Ummah
Nim : 15 0402 0202
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Di ajukan untuk Ujian Munaqasyah

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 21 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Muzayyanah Jabani, ST.,MM
NIP. 19750104 200501 2 003


Hendra Safri, SE.,M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 21 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada Yth

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : RAHMATUL UMMAH
Nim : 15 0402 0202
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Muzayyana Jabani, ST., MM
NIP. 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 21 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada Yth

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

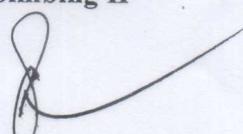
Nama	: RAHMATUL UMMAH
Nim	: 15 0402 0202
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing II


Hendra Safri, SE.,M.M
NIP. 198610202015031001

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Masamba”**

Yang ditulis oleh:

Nama : Rahmatul Ummah
Nim : 15 0402 0202
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Di ajukan untuk Ujian Munaqasyah
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 21 Agustus 2019

Penguji I

Penguji II


Dr. Kaharuddin, M.Pd.I
NIP. 19701030 199903 1 003


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

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 21 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada Yth

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama	: RAHMATUL UMMAH
Nim	: 15 0402 0202
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: Pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Penguji I



Dr. Kaharuddin, M.Pd.I

NIP. 19701030 199903 1 003

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 21 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada Yth

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : RAHMATUL UMMAH
Nim : 15 0402 0202
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Penguji II


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

ABSTRAK

RAHMATUL UMMAH, 2019. *Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba*“Skirpsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program Studi Perbankan Syariah. pembimbing (I) Muzayyanah Jabani, ST., MM. Pembimbing (II) Hendra Safri, M.M.

Kata Kunci : Keunggulan bersaing dan Kepuasan nasabah

Pokok Permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI syariah Masamba. Persaingan yang terjadi diantara Bank Syariah sekarang sudah semakin ketat, untuk dapat bertahan dan tetap bersaing bank syariah harus memiliki identitas dan keunikan yang membedakan dengan bank syariah lain.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *Non probability sampling*. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana serta menggunakan SPSS versi 22.

Hasil uji koefisien determinasi (R Square) jika dilihat dari output model summary, dapat diketahui nilai dari koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,405 (nilai 0,405 adalah penguadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,570 \times 0,570 = 0,405$). Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,405 atau sama dengan 40,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 40,5%, sedangkan sisanya ($100\% - 59,5\% = 40,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. dan hasil dari uji parsial (Uji-t) jika dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima maka variabel idenpenden berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari output “*Coefficients*” didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,643 dan t_{tabel} sebesar 1,995 dan nilai signifikan keunggulan bersaing $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Maka disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BNI syariah Masamba.

ABSTRAK

RAHMATUL UMMAH, 2019, The Effect of Competitive Advantage on Customer Satisfaction Levels at BNI Syariah Masamba “Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business. Sharia Banking Study Program. supervisors (1) Muzayyanah Jabani, ST., MM. Advisors (2) Hendra Safri, M.M.

Keywords: Competitive advantage and customer satisfaction

The main problem in this research is how big is the level of customer satisfaction with the competitive advantage of BNI Syariah Masamba Bank. The competition that occurs between Islamic banks is now getting tighter, in order to survive and remain competitive, Islamic banks must have an identity and uniqueness that differentiates them from other Islamic banks.

This research uses quantitative methods, the data source used is primary data, which is obtained from distributing questionnaires to respondents. The technique used in determining the sample is non-probability sampling. The data were processed and analyzed using simple linear regression and using SPSS version 22.

The results of the determination coefficient test (R Square) when viewed from the output model summary, it can be seen that the value of the coefficient of determination (R Square) is 0.405 (the value of 0.405 is the square of the correlation coefficient or R, which is $0.570 \times 0.570 = 0.405$. R Square) 0.405 or equal to 40.5%. This figure means that the level of customer satisfaction has an effect on competitive advantage by 40.5%, while the rest ($100\% - 59.5\% = 40.5\%$) is influenced by other variables. outside this regression model. and the results of the partial test (t-test) if seen from the value of $t_{count} > t_{table}$ and a significant value of 0.05 (H_0 is rejected and H_1 is accepted, the independent variable has a significant effect on the dependent variable. The results of the output "Coefficients" are obtained. t_{count} value of 2.643 and t_{table} of 1.995 and a significant value of competitive advantage is $0.000 < 0.05$ (H_0 is rejected and H_1 is accepted). h which is positive and significant towards customer satisfaction of BNI Syariah Masamba bank.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.

()

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Swt, karena dengan rahmat dan karunia-Nya saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH MASAMBA**. Dimana skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Shalawat dan salam atas Nabiullah Muhammad Saw, beserta para sahabat, keluarga serta pengikutnya hingga akhir zaman yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahilian telah membebaskan umat manusia dari segala kebodohan menuju jalan terang yang diridhai Allah Swt, demi mewujudkan *Rahmatan Lil-Alamin*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.

Ucapan terimakasih penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Khalid Munawar dan ibunda Sabaria yang senantiasa memanjatkan doa

kehadirat Ilahi Robbi memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT Amin. Tak terlupakan saudara-saudariku Sri wahyuni, Ilham Wahyudi, Supian Nahwadi dan Nirmalasari yang selalu memberikan semangat, motivasi dan perhatian kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Namun penulis juga tidak akan berhasil sampai saat ini tanpa adanya bantuan dan dukungan dari pihak-pihak lainnya, karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I Dr. H. Muammar Arafa, M.H. Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E, MM, dan Wakil Rektor III Dr. Muhaimin, M.A, telah memberikan kesempatan kepada penulis menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Dr. Hj. Ramlah M., MM., Wakil Dekan I Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I.,M.A Wakil Dekan II Tajuddin, S.E.,M.Si., Ak., CA, dan Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H.,M.H.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E.,M.M.

4. Pembimbing I Muzayyanah Jabani, ST., MM dan Pembimbing II Hendra Safri, SE.,M.M yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Penguji I Dr. Kaharuddin M.Pdi, dan Penguji II Dr. Muhammad Ruslan Abdullah S.E.I.,M.A yang telah memberikan pertanyaan serta masukan kepada penulis.
6. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa melayani dalam mengurus segala keperluan dalam penyelesaian studi.
7. Para Dosen dan Pegawai di Kampus IAIN Palopo yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.
8. Kepala Perpustakaan dan seluruh Staf Perpustakaan yang telah membantu dengan meminjamkan buku yang dibutuhkan oleh penulis
9. Teman-teman di kampus IAIN Palopo Angkatan 2015
10. Teman-teman KKN
11. Keluarga yang telah membantu penulis serta memberikan semangat.
12. Sahabat dan saudara-saudari Mirnawati, Mila sari, Lilis Karlina, Vita Adelia, Sinta Devi, Devi, Fitri Lestari, Sarnita B, Samsidar, Juminah serta teman-teman seperjuangan penulis seluruh PBS E yang tidak sempat saya sebut satu persatu.
13. Dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini di susun oleh penulis dengan beragam halangan, baik itu yang datang dari dalam ataupun yang datang dari luar. Tetapi, dengan penuh kesabaran serta terlebih pertolongan dari Allah selanjutnya skripsi ini bisa teratasi. Oleh sebab itu,

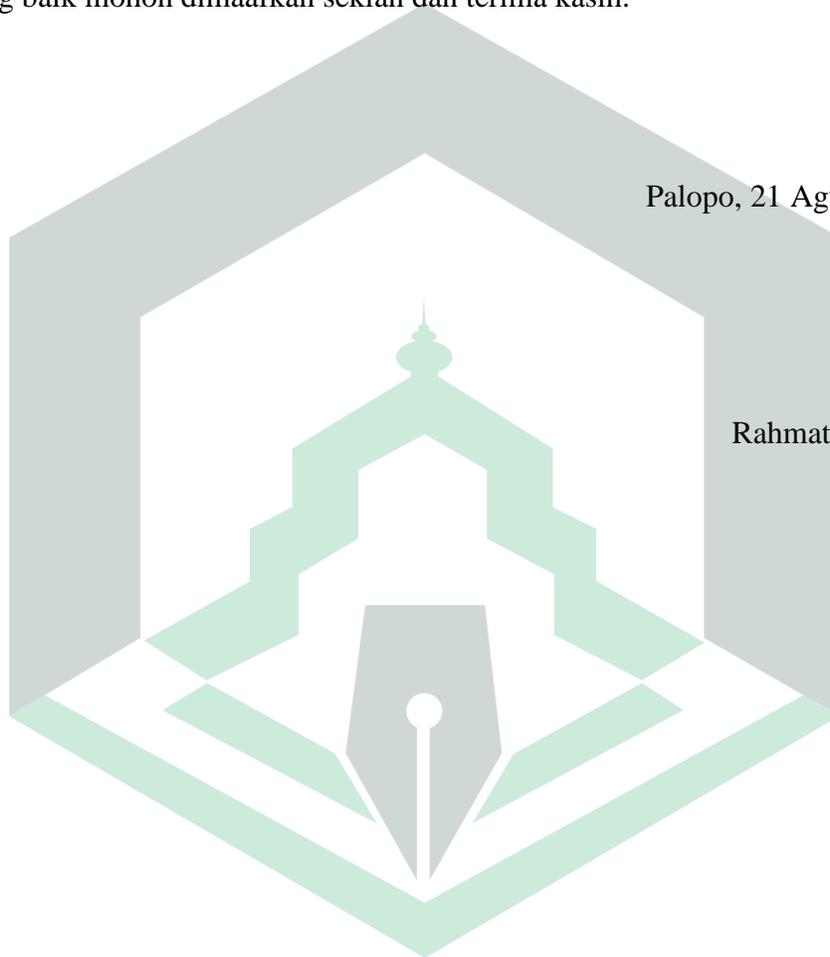
penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan semoga dengan selesainya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan teman-teman. Amin.

Demikianlah yang penulis dapat paparkan dalam skripsi ini kalau ada kata yang kurang baik mohon dimaafkan sekian dan terima kasih.

Palopo, 21 Agustus 2019

Penyusun

Rahmatul Ummah



DAFTAS ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS PENGUJI	vi
PERSETUJUAN PENGUJI	vii
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Masalah	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Hipotesis	9
F. Definisi Operasional.....	10
BAB II PEMBAHASAN	14
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
B. Kajian Pustaka	16
1. Bank Syariah	16
2. Keunggulan Bersaing	18
3. Kepuasan Nasabah.....	21
4. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Nasabah.....	28
5. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif islam.....	29
6. Kerangka Pikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32

C. Sumber Data	32
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Instrument Penelitian.....	36
G. Teknik Instrumen Data	36
1. Uji Validitas.....	37
2. Uji Reliabilitas.....	38
H. Teknik analisis Data	40
1. Ananlisis Statistik Deskriptif.....	40
2. Uji Asumsi Klasik	41
3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
4. Analisi Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	45
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Sejarah Singkat BNI Syariah.....	45
2. Latar Belakang BNI Syariah	46
3. Visi dan Misi BNI Syariah	46
4. Struktur Organisasi BNI Syariah.....	47
B. Penyajian Data dan Pembahasan.....	48
1. Analisis Deskriptif.....	48
a. Karakteristik Responden	49
b. Deskriptif Variabel penelitian	50
C. Analisis Data	58
1. Uji Asumsi Klasik	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Linearitas	60
c. Uji Heteroskedastitas.....	62
2. Uji Regresi Sederhana	63
a. Uji Parsial (Uji t)	65
b. Koefisien Determinasi (<i>R square</i>).....	66
D. Pembahasan hasil penelitian	68
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72

B. Saran-Saran.....	73
---------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas	38
Tabel 3.2 Uji Reabilitas	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Keunggulan Bersaing.....	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Nasabah.....	56
Tabel 4.6 Uji Normalitas	59
Tabel 4.7 Uji Linearitas.....	60
Tabel 4.9 Uji Regresi Sederhana.....	64
Tabel 4.10 Uji T	65
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Masamba.....	47
Gambar 4.8 Heteroskedastisitas	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya yakni memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain sesuai dengan prinsip syariat Islami. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan tuntunan syariat Islam, tidak menggunakan bunga. Adapun secara yuridis, pengertian bank syariah dapat dilihat pada UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang memberi peluang diterapkannya *dual Banking system* dalam perbankan Nasional, hal ini membuat industri perbankan di Indonesia bergerak menyelenggarakan bisnis keuangan berdasarkan prinsip syariah. Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, dijelaskan bahwa Bank umum syariah adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹

Tujuan didirikannya Bank syariah adalah menciptakan Bank syariah sebagai pengganti Bank konvensional yang menerapkan system Riba, maka dari itu diciptakannya bank syariah yang system penerapannya sesuai dengan prinsip syariah dan benar, dengan berbagai cara yang ditempuh oleh Bank syariah untuk mengembangkan dananya secara syariah seperti menerapkan system *qiradh* atau *mudharabah*, dan melakukan usaha yang profitnya sesuai dengan ketepatan

¹ Donni Juni Priansa, Alma, Buchari, S.Pd, *Manajemen BisnisSyari'ah*, (Bandung: Alfabeta 2009).

syariah. Oleh karena itu Bank syariah merangkul orang Muslim dengan Aqidahnya sehingga dapat melakukan apa yang diharamkan Allah dan menghindari apa yang diharamkannya oleh sebab itu Bank syariah mengambil prinsip toleransi kasih sayang dan kemudahan yang dapat menyelamatkan Ummat Muslim dari kesulitan dan kesempitan yang dialami sehingga dapat melakukan transaksi pinjam meminjam yang baik sesuai dengan syariah.²

Persaingan yang terjadi di antara Bank syariah sekarang sudah semakin ketat. Untuk dapat bertahan dan tetap bersaing, Bank syariah harus memiliki identitas dan keunikan yang membedakan dengan Bank syariah lain. begitu juga dengan Bank BNI syariah, agar tetap dapat memasuki dunia persaingan dan bertahan, BNI syariah harus dapat menerapkan strategi keunggulan bersaing yang tetap agar tetap dapat mempertahankan loyalitas nasabahnya. Strategi ini terbagi menjadi tiga yaitu, keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik diseluruh industri dan di tujukan kepada konsumen yang tidak peduli dengan perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.³ Diharapkan dengan

² Bank syariah, <http://www.syariahbukopin.co.id> di akses pada (12 september 2018)

³ David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategik..* hal, 259

menerapkan salah satu dari strategi ini, BNI syariah dapat tetap mempertahankan loyalitas nasabahnya dan mendapat nasabah baru.

Banyaknya persaingan dalam industri perbankan menuntut agar tiap perusahaan mampu memiliki strategi berbeda dari perusahaan lain. Apalagi pada industri perbankan syariah. Selain bersaing dengan sesama Bank syariah, industri perbankan syariah juga menghadapi persaingan dengan industri perbankan konvensional maupun industri keuangan lainnya. Walaupun sudah tumbuh lama perbankan syariah tetap harus memiliki strategi yang tepat untuk mendapatkan nasabahnya.

Pada dewasa ini menjual jasa dan produk saja tidaklah cukup bahkan Bank syariah harus bisa mendapat kepercayaan oleh nasabah agar tetap memakai produk dan jasa yang dimiliki sehingga perbankan syariah dapat terus tumbuh dan berkembang menghadapi persaingan. Dibutuhkan suatu strategi yang unik dan tepat diterapkan pada masing-masing Bank syariah untuk menarik nasabah.

Untuk mendorong lembaga keuangan syariah untuk secara aktif mengembangkan perusahaan sehingga mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Melalui strategi yang telah dilakukan oleh BNI syariah secara tidak langsung membuka peluang bagi perusahaan untuk memasarkan produk baru, memberikan pelayanan yang lebih baik, fasilitas yang memadai dan sumber daya yang berbeda. Hal ini berdampak pada perilaku nasabah yang selektif dan bersikap rasional dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Tindakan

tersebut disebabkan pengetahuan yang dimiliki nasabah semakin luas terhadap jenis dan karakteristik produk dan jasa.⁴

Beragamnya produk, fasilitas serta SDM yang ditawarkan lembaga keuangan syariah lain membuat nasabah lebih selektif dalam memilih. Hanya lembaga keuangan syariah yang sesuai dengan selera nasabah yang dapat bertahan dipasaran. Apabila BNI syariah Masamba tidak berupaya melakukan pengembangan kualitas pelayanan, produk, fasilitas dan SDM secara terus menerus, maka dalam jangka waktu yang singkat akan muncul lembaga keuangan syariah yang serupa dengan kualitas dan harga yang beragam. Sehingga peran inovasi menjadi lebih penting untuk memenangkan persaingan pasar

Melalui inovasi, BNI syariah Masamba memiliki strategi yang digunakan untuk mencegah kebosanan dan mempertahankan pelanggan. Sehingga BNI syariah Masamba dituntut untuk mengembangkan ide-ide dalam menawarkan produk-produk yang inovatif. Inovasi dapat menjadikan suatu lembaga keuangan syariah mempunyai keunggulan dibandingkan lembaga keuangan syariah lainnya serta memperhatikan posisi lembaga keuangan syariah dipasar.

Keunggulan bersaing diartikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan rata-rata lebih tinggi dari pada pesaingnya. Sehingga perusahaan dianggap selangkah lebih maju dari pesaingnya. Setiap lembaga keuangan memiliki sumber keunggulan bersaing yang berbeda-beda dan harus cermat dalam melihat kondisi pasar agar dapat merumuskan strategi yang tepat. Keunggulan

⁴ Lerbin R. Aritonang R. ,*Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisian dengan SPSS* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 25-30

bersaing berlaku tidak sementara, melainkan perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan dalam jangka waktu yang lama dengan cara memuaskan para pelanggannya.

Dalam lembaga keuangan masalah keunggulan bersaing merupakan hal yang sangat penting yang dianggap mampu mempengaruhi SDM, fasilitas, kualitas pelayanan dan produk-produk yang ditawarkan oleh bank BNI syariah Masamba yang dapat memberikan kepuasan pada nasabah. Dengan adanya perbedaan prinsip operasional dengan perbankan konvensional, perbankan syariah mampu memberikan nilai lebih, menonjolkan unsur-unsur syariahnya, keterbukaan dan transparannya dan mengambil peluang yang dapat diciptakannya sendiri melalui produk-produknya.

Dalam usahan untuk meningkatkan keunggulan bersaing, Bank syariah harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya. Bank syariah harus pandai menonjolkan apa yang menjadi kelebihannya, tanpa menutup-nutupi apa yang menjadi kekurangan dimata nasabah sehingga tercipta citra bank syariah yang jujur dan amanah dibenak nasabah. Sebagaimana tertulis dalam Surat An-Nisaa' ayat 29:⁵

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا



⁵ Kementerian Agama RI, Al-Quran Al-Karim dan Terjemahnya, (Surabaya: Halim, 2014) h. 404.

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu

Saat ini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan hidup di arena bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Hal ini terbukti meskipun produsen atau perusahaan sudah melakukan yang terbaik bagi nasabahnya, namun masih saja ada ketidakpuasan nasabah. Yang lebih menyulitkan lagi bagi perusahaan karena ketidakpuasan nasabah tersebut tidak selalu diungkapkan dengan menyampaikan keluhan atau komplain secara langsung kepada perusahaan yang bersangkutan, namun konsumen yang merasa tidak puas atas produk perusahaan menyebarkan pengalaman buruknya kepada masyarakat luas, baik melalui media masa, pengaduan kepada lembaga konsumen maupun pengadilan.⁶

Kepuasan nasabah pun menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun negatif. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

⁶ Budiyanto, 1994. *Perilaku Konsumen* Edisi Keenam Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.

Bahkan dewasa ini pelanggan sudah dianggap sebagai raja, yang harus segera di penuhi kebutuhan dan keinginannya, seperti di layani secara cepat, tepat dan akurat. Nasabah yang datang di buat nyaman mungkin dengan keramahtamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Pelanggan juga di buat nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan. Dengan kata lain, pelanggan hanya perlu bicara semua keinginan dan kebutuhannya akan terlayani dengan baik.

Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Maka dari itu seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal.⁷

Sebagai usaha untuk mempertahankan nasabahnya, lembaga keuangan harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan lembaga keuangan dalam memberi pelayanan terhadap nasabahnya. Pelayanan yang di berikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabahnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang

⁷Suprpto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta 2011), h.45-

mendongkrak pangsa pasar suatu lembaga keuangan dan juga perusahaan lain yang bergerak dalam bidang jasa adalah kualitas pelayanan.⁸

Alasan dilakukan penelitian di Bank BNI Syariah Masamba karena merupakan salah satu Bank di Masamba yang berbasis syariah. Sadar akan pentingnya peranan Bank sebagai lembaga keuangan yang menjalankan fungsinya dalam rangka pelayanan terhadap nasabah agar dapat mendapatkan kepuasan. Perlu adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai beberapa aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, terutama keunggulan-keunggulan bersaing pada Bank BNI syariah Masamba. Seringkali nasabah mengeluh atas pelayanan yang di berikan Bank, salah satunya yaitu dalam hal pelayanan, seringkali nasabah mengeluh dan menilai kalau pelayanan yang di berikan bank kurang baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas keunggulan bersaing terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **PENGARUH KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH MASAMBA**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI Syariah Masamba?

⁸ Dena Randana, Pengaruh *Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi Kasus Hotel Batik Yogyakarta) h. 35

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah di atas, maka penulis mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI syariah Masamba.

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dalam penelitian ini adalah

1. Bagi penulis

Bagi penulis hasil penelitian ini di harapkan dapat member pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dari upaya identifikasi permasalahan yang berhubungan dengan keunggulan bersaing yang memepengaruhi tingkat kepuasan nasabah padan Bank BNI syariah.

2. Bagi pihak perbankan

Sebagai bahan informasi yang nantinya dapat di gunakan oleh BNI syariah untuk menjadi tolak ukur atau bahan pertimbangan dalam merencanakan keunggulan bersaing khususnya pada kepuasan nasabah.

3. Bagi masyarakat

Menjadi salah satu referensi dan informasi bagi masyarakat yang sudah ataupun belum bergabung dalam transaksi BNI syariah untuk dapat mengetahui keunggulan-keunggulan yang terdapat pada BNI syariah.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan

pada teori relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data.⁹

Berdasarkan masalah pokok di atas maka diduga bahwa:

1. H_0 : Diduga tingkat kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI syariah Masamba.

H_1 : Diduga tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI Syariah Masamba.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah variabel yang di ungkap dalam definisi konsep yang secara praktik secara nyata dalam lingkup objek penelitian yang diteliti sebelum penulis membahas lebih lanjut, ada baiknya jika penulis memafarkan definis operasional dalam rangka menghindari kesalahpahaman atau interprestasi yang meluas terhadap judul skripsi ini. Sesuai dengan judul skripsi penulis yakni **Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Masamba.**

Maka terlebih dahulu penulis menyusun variabel dengan menjelaskan indikatornya.

1. Keunggulan Bersaing (X)

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang di peroleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi di bandingkan perusahaan pada industri atau pasar yang sama atau dapat di artikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 99.

rata-rata lebih tinggi dari pada pesaingnya. Sehingga perusahaan di anggap selangkah lebih maju dari pesaingnya.

Adapun indikator keunggulan bersaing yang di gunakan pada penelitian ini yang meliputi:

a. Produk

Menurut Henard dan Szymanski keunggulan kompetitif produk adalah superioritas dan atau pembedaan yang lebih tinggi dengan tawaran competitor, keunggulan produk misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan Cooper (2006:14) bahwa produk sangat penting dalam lingkaran pasar Global yang sangat bersaing, apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambahan bagi konsumen, sehingga menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan.¹⁰

b. SDM

Pernyataan Robert J. Eaton, *chief executive officer* Chyster Corporation, menegaskan bahwa SDM merupakan keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan. Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa meskipun kita berada di era teknologi canggih, peran SDM sangat menentukan keberhasilan perusahaan. SDM menjadi keunggulan bersaing karena beberapa alasan. Pertama, SDM merupakan satu-satunya sumber daya

¹⁰ Henard, D.H dan Szymanski, "Journal of Marketing Research" dalam D.M., 2001

yang tidak dapat ditiru oleh pesaing. Kedua, keunggulan bersaing berasal dari tenaga kerja yang produktif, memiliki motivasi tinggi dan terpadu.

2. Kepuasan

Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah atas evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian(atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana di persepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu:

a. Kualitas produk

Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas.¹¹

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan mendorong kearah peningkatan kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan, kualitas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula.¹²

¹¹ Zulian Yamit, (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: enkonisia,.

¹² Tjiptono Fandy. (2002) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan,serta untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini,maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu.

Pembahasan mengenai kepuasan pelanggan yang pernah di jumpai penulis di antaranya adalah penelitian yang di lakukan oleh Sitty Mujahida Baharuddi dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Waralaba Makanan dan Minuman di kota Makssar.” Dalam penelitian menyatakan bahwa nilai pelanggan dan keunggulan bersaing berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan waralaba makanan dan minuman.¹

Penelitian yang dilakukan Yenny Rachmawati setiawan dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing pada Bank Permata Cabang Yogyakarta.” Dari hasil penelitian ini Nampak bahwa keempat variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah dan inovasi produk merupakan strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan bersaing Bank Permata, selanjutnya strategi membangun loyalitas

¹ Sitty Mujahida Baharuddin, *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Waralaba Makanan dan Minuman*. Skripsi, (Makassar, sekolah tinggi ilmu eknomi AMKOP) 2017.

nasabah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing produk Bank Permata Yogyakarta.²

Penelitian yang dilakukan Dwi Exmawati yang berjudul “Pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Tulungagung.” Menunjuk bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah bank muamalat tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,02 sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan Bank Muamalat Tulungagung di bandingkan keunggulan produk.³

² Yenny Rachmawati Setiawan, *Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dan Strategi untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Bank Permata cabang Yogyakarta*, Skripsi, (Semarang, Universitas ponegoro, studi Magister Manajemen).

³ Septiana Dwi Exmawati, Skripsi, *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN tulungagung, 2014.

B. Kajian Pustaka

1. Bank syariah

Bank syariah adalah badan usaha yang memberikan jasa penyimpanan uang, pengiriman barang, serta permintaan dan penawaran produknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang, beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.⁴

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah is;am maksudnya adalah Bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan –ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bemuamalah secara Islam.

Menurut Perwatmadja Bank syariah adalah Bank yang tata cara operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam. Salah satu yang harus dihindari dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba. Sedangkan menurut Bank syariah adalah Bank-bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-quran dan Hadis.⁵

Jadi yang dimaksud dengan Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang beroperasai disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

⁴ Harun Yahya, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Dzikra,2005), h. 13.

⁵Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2011), h. 32.

Bank syariah memiliki beberapa ciri-ciri dan karakteristik antara lain:

1. Berdimensi keadilan

Ciri ini dilakukan dengan bagi hasil (*Mudharabah* dan *Musyarakah*).⁶ Dengan bagi hasil ini tidak muncul kerugian yang hanya dialami oleh salah satu pihak, karena resiko kerugian dan keuntungan yang di peroleh di tanggung bersama antara Bank dengan nasabahnya.

2. Menciptakan rasa kebersamaan

Dalam operasionalnya Bank syariah berupaya menciptakan kebersamaan antara dirinya sebagai pemilik modal dengan nasabahnya sebagai pengelola modal.⁷ Hal ini sejalan dengan salah satu prinsip muamalah, yakni memelihara prinsip-prinsip keadilan dan kebersamaan, serta menghindari unsur-unsur penganiayaan dan pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

3. Persaingan secara sehat

Sebagaimana telah dikemukakan diatas bahwa Bank syariah hadir untuk kemaslahatan ummat oleh karena itu bentuk persaingan terjadi antar bank syariah dengan berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain dalam memberikan porsi bagi hasil kepada nasabah.

⁶Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta : BPPE-Yogyakarta, 2005), h. 16

⁷ Karnaen Perwaatmadja dan M. Syafi'I Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf), h.3

4. Adanya dewan pengawas

Ciri lain dari Bank syariah adalah adanya Dewan pengawas syariah (DPS) yang bersifat independen, yang dibentuk oleh Dewan pengawas nasional (DSN) dan ditempatkan pada Bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan syariah berfungsi sebagai penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pemimpin unit usaha syariah, dan pemimpin kantor KCP syariah.⁸

2. Keunggulan bersaing

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri tertentu pada dasarnya memiliki keinginan untuk dapat lebih unggul di bandingkan pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan tersebut, umumnya perusahaan menerapkan strategi-strategi mengenai kebijakan apa saja yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Keunggulan bersaing merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan atau memberi nilai lebih pada konsumennya dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Keunggulan bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Porter, menyatakan bahwa keunggulan bersaing sebagai upaya penciptaan nilai pelanggan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas spesifik secara ekonomis ataupun kualitas pelayanan ataupun kombinasi keduanya di bandingkan

⁸ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2011), h. 32.

dengan para kompetitornya. Hal-hal yang diperlukan dalam Bank didalam menganalisis pesaing yaitu:

a. Mengenali pesaing

Bank dapat mengenali pesaingnya dari sudut pandang industry dan bank harus memahami pola persaingan dalam industrinya bila berharap dapat menjadi pemain efektif dalam industry tersebut.

b. Mengenali strategi pesaing⁹

Pada setiap industri, pesaing dapat dibagi kedalam kelompok yang menjalankan strategi berbeda. Bank perlu meneliti semua dimensi yang membedakan sekelompok strategi dalam industry perbankan, bank harus mengetahui mutu, sifat dan bauran produk atau jasa bunga, banyaknya kantor cabang dan lokasinya, kualitas tenaga penjual dan promosi yang digunakan pesaing.

c. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing

Bank dapat belajar dari riset pemasaran untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing. Kini banyak bisnis yang memakai *benhmarking* (penetapan tolak ukur), membandingkan produk atau jasa terhadap produk atau jasa pesaing atau industry terkemuka lain untuk memperbaiki mutu dan kinerja.

⁹ Sumarni Murti, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi kelima Revisi*, Yogyakarta: Liberty, 2002, h. 362-364

Pelanggan lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diharapkan. Akan tetapi nilai tersebut akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk apabila pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Kotler menyatakan keunggulan bersaing dapat diukur dengan menggunakan indikator, harga, kualitas dan time to market.¹⁰

1. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.
2. Kualitas ialah sejauh mana perusahaan mampu menawarkan kualitas produk dan kinerja yang menciptakan nilai yang lebih tinggi untuk pelanggan. Kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen.
3. Time to market ialah sejauh mana perusahaan mampu memperkenalkan produk baru lebih cepat dari pesaing lainnya.

Mempertahankan keunggulan bersaing yang baik pada perusahaan tergantung pada sumber daya dan kemampuan dalam mengelola perusahaan. Kunci utama dalam mempertahankan posisi keunggulan bersaing yaitu sumber daya dan kemampuan agar bertahan dalam kinerja bisnis jangka panjang. Terdapat tiga hal penting sebagai indikator sebuah sumber daya saing dari sebuah bisnis dapat unggul yaitu:

1. *Superior skill*, mencakup kemampuan teknik manajerial dan operasional dalam menjalankan bisnis.

¹⁰ Kotler, D, *Manajemen Pemasaran* : Alih Bahasa. Hendra Teguh dan Rooney A. Rusli. Jakarta: prehallindo (2010).

2. *Superior resources*, mencakup jaringan distribusi, *brand image*, kapasitas produksi, *sales force*, teknologi, sumber daya alam yang dapat menghasilkan *cost leadership*, ataupun diferensiasi yang memberikan nilai superior bagi konsumen.
3. *Superior performance* dalam setiap pertukaran *value* dalam kegiatan mendesain, memproduksi, memasarkan, mendeliver dan *supprt produk*.¹¹

3. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah agar nasabah tetap setia. Kepuasan nasabah adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.¹² Kepuasan nasabah hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh nasabah secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam memahami pengertian kepuasan pelanggan, perlu kita cermati beberapa hal yang berkaitan dengan tercapainya kepuasan pelanggan. Menurut

¹¹ Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing*. Alih Bahasa oleh Agus Darma, Agus Maulana, E. Ujian Wahyu Suprpto. Cetakan Kedua. Jakarta: Erlangga.

¹² Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 65.

Lupiyoadi (2001: 158), ada tiga faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah yaitu:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerk dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merk tertentu.

Pada umumnya program kepuasan pelanggan mencakup kombinasi dari beberapa elemen utama yakni:

1. Barang dan jasa

Perusahaan yang ingin menerapkan konsep kepuasan pelanggan harus memiliki produk yang berkualitas baik layanan dan prima.

2. Relation marketing

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah

bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (repeat business) dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3. Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas banyak di terapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya program ini memberikan semacam penghargaan khusus, seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan kepada pelanggan rutin agar tetap loyal pada produk dari perusahaan yang bersangkutan. Melalui kerjasama seperti ini di harapkan kemampuan menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan akan semakin besar.

4. Fokus pada pelanggan terbaik (*best customer*)

Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy user* atau pelanggan yang berbelanja dalam jumlah yang banyak. Namun, kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka sangat telah paham mengenai berinteraksi dengan perusahaan), dan relative tidak sensitive terhadap harga (lebih menyukai stabilitas dari pada terus menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah) juga termasuk dalam kategori pelanggan terbaik.

5. System penanganan kompalin secara efektif

Penanganan kompalin terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Setelah itu jika terjadi masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan komplain. Jadi jaminan kualitas harus mendahului panganan komplain. Sistem penanganan komplain yang efektif membutuhkan beberapa aspek, seperti (1) permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidak nyamanan yang mereka alami; (2) empati terhadap pelanggan yang marah; (kecepatan dalam penanganan keluhan; (4) kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah /keluhan; dan (5) kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan (via telepon saluran bebas pulsa, surat, e-mail, fax, maupun tatap muka langsung) dalam menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan dan komplain.

Dengan terpuaskannya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan

berkembang.¹³

Dalam fungsi utilitas di jelaskan besarnya kepuasan yang di dapat seorang konsumen dari konsumsi barang dan jasa yang dikonsumsi, semakin besar kepuasan yang diperoleh, kemudian mencapai puncaknya (titik jenuh) pada jumlah konsumsi tertentu.

Kotler menyatakan bahwa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion sytem*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, customer bot line, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, konsumen akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

b. Survey pelanggan (*Customer surveys*)

Diharapkan dari survey ini mendapat umpan balik yang positif dari konsumen. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Ed. 12. Cet.II; Indonesia: PT Mancana Jaya Cemerlang, 2007), H. 177

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Impelementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat. 2002), h. 202.,

c. Pembeli banyangan (*Ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau perusahaan itu sendiri. Pembeli banyangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Hal ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.

d. Analisa kehilangan pelanggan (*Lost customer analysis*)

Pelanggan yang hilang akan di hubungi, kemudian di minta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti. Pindah perusahaan lain adalah suatu masalah yang terjadi yang tidak bias diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

Analisis kepuasan konsumen akan memainkan peranan penting pula dalam merancang kebijakan public. Bagi pengambil kebijakan bidang ekonomi, suatu negara memerlukan kajian ini untuk melindungi konsumen. Bagi kalangan

akademis, kajian ini akan dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang kepuasan konsumen dan kaitannya dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran.

1. Strategi meningkatkan kepuasan nasabah

Ada beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:

a) *Relationship marketing strategy* (strategi pemasaran berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga hubungan jangka panjang. Nasabah puas dan loyal pada bank. Oleh karena itu, bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, atau menimbulkan word of mouth yang positif.

b) Strategi pelayanan prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar tetap juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah.

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi

denga perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah adalah seseorang yang beberapa kali datang ketempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.

4. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Nasabah

Keunggulan kompetitif adalah akar dari kinerja organisasi dan sebagai sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan telah menjadi area utama di bidang manajemen strategis (Porter, 1985, 1991; Barney, 1991). Persaingan global telah membawa perubahan teknologi dimana pelanggan menuntut untuk unggul kualitas produk/jasa dengan harga yang lebih rendah. Lebih dari itu, persaingan global telah membawa pengurangan siklus hidup produk. Hal ini telah menyebabkan banyak penekanan pada kompetensi organisasi dan penciptaan keunggulan kompetitif yang di yakini akan memberi mereka keunggulan atas pesaing lainnya.¹⁵

Mencapai posisi keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan relatif terhadap pesaingnya adalah dua tujuan utama dalam organisasi bisnis dan harus berusaha untuk mencapainya. Untuk mencapai keunggulan kompetitif yang tidak hanya dapat cocok dengan saingan bisnis mereka tetapi juga melampaui rata-rata kinerja perusahaan, organisasi bisnis harus terlebih memahami hubungan antara

¹⁵ Barney, J.B. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, (17), 99-120. Baron, R. M., & Kenny, D. A.

kekuatan dan kelemahan internal organisasi mereka, serta potensi dampak pada keunggulan kompetitif perusahaan dan kinerja.

Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang telah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Dalam membentuk kepuasan pada konsumen perusahaan harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen sendiri selalu berubah mengikuti perkembangan yang ada. Inovasi produk sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Jika harapan konsumen terhadap inovasi produk yang dihasilkan perusahaan akan mendapatkan nilai tinggi dari kepuasan pelanggan. Sebaliknya apabila, kepuasan pelanggan tidak dipenuhi maka yang timbul adalah ketidakpuasan pelanggan. Semakin rendah tingkat kepuasan kemungkinan konsumen untuk meninggalkan perusahaan tersebut. Inovasi pada akhirnya diperlukan oleh perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Porter (2002) menjelaskan bahwa inovasi produk dapat memperluas pasar dan karenanya meningkatkan pertumbuhan industri atau mempertinggi diferensiasi produk.¹⁶

5. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang

¹⁶ Porter, Michael E. (2002). *Competitiveness and the Role of Regions*

seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima, atau dapat diartikan sebagai cara pandang nasabah terhadap suatu produk apakah produk tersebut baik atau buruk, berkualitas atau tidak, harga produk, bentuk produk, dan manfaat produk tersebut bagi konsumen sebelum mengambilnya.

Dari uraian diatas jelaslah bahwa pihak bank haruslah mempunyai intelektual dalam mengembangkan produk dari segi kualitas, harga, bentuk, dan manfaatnya agar nasabah tertarik dan merasa puas terhadap produk yang dipasarkannya. Seperti yang dijelaskan dalam Al-quran Q.s Yunus 10:100.

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۗ وَجَعَلَ الرَّجْسَ عَلَى
الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٠﴾

Terjemahannya:

Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya.¹⁷

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa Allah menganjurkan umatnya untuk menggunakan akalnyanya dalam melakukan segala aktivitas yang dilakukan sesuai dengan syariat islam. Dan Allah akan menimpakan kemurkaan apabila ummatnya tidak menggunakan akalnyanya dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan syariat islam.

Dalam islam ketika menciptakan suatu produk atau barang pihak bank dianjurkan untuk memperhatikan masalah yaitu memperhatikan manfaat dan

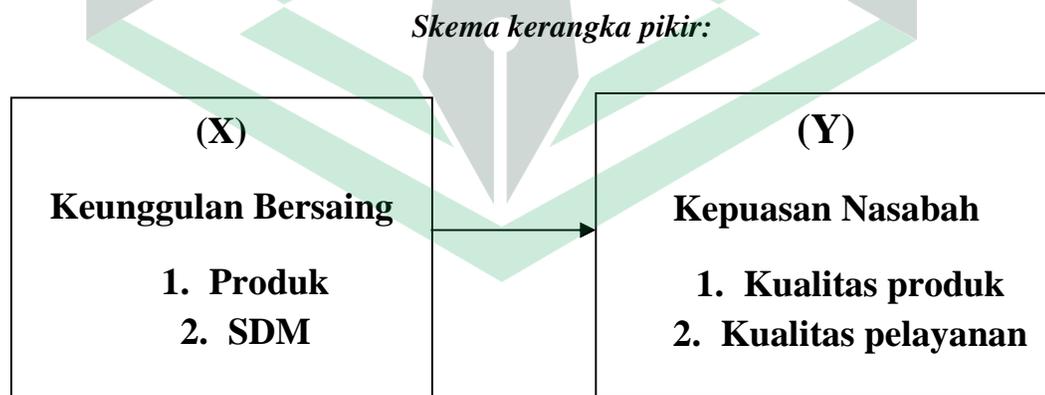
¹⁷ Kementerian Agama RI, *Al-quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Jumanatul Ali Art,2015)

berkahnya. Selain itu pihak bank juga dianjurkan untuk mencari keuntungan yang memberikan kemaslahatan tidak hanya diri sendiri melainkan juga untuk nasabah.

6. Kerangka Pikir

Kerangka pikir, merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variable yang akan diteliti.¹⁸ Dalam penelitian ini penulis membuat skema kerangka pikir untuk menggambarkan dan memperjelas agar mudah mengetahui apakah usaha tersebut sukses atau tidak sukses.

Kerangka pikir yang dikemukakan dalam penelitian ini, adalah gambaran atau proses yang digunakan untuk mengarahkan penelitian mengumpulkan data tentang pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah. peneliti juga menggambarkan skema dalam penelitian ini sebagai berikut:



¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. XV; Bandung: Alfabeta, 2012), h.91.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis penelitian ini ialah kuantitatif. kuantitatif ialah penelitian yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian disertai dengan tabel grafik, bagan atau tampilan lainnya. Penelitian kuantitatif dituntut menggunakan angka-angka. Dalam hal ini peneliti membagikan kuesioner (angket) yang kemudian diubah menjadi data berupa angka agar dapat diuji secara kuantitatif dengan bantuan program SPSS 22.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat bagi peneliti untuk melakukan kegiatan penelitian sehingga memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BNI syariah Masamba, Jln Baliaese Pasar sentral Masamba, Luwu utara.

C. Sumber Data

Cara mengumpulkan data yang digunakan berupa data setting yang didapatkan dari beberapa sumber dan menggunakan berbagai cara

Adapun data yang penulis gunakan dalam penelitian ini bersumber dari dua sumber data yaitu.

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu berupa angket (kuesioner), dimana hasil data yang sudah dikumpulkan dan diperoleh langsung dari sumber utama yaitu nasabah BNI Syariah Masamba.¹

D. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.² Dari pengertian tersebut maka yang menjadi subjek penelitian adalah nasabah BNI Syariah Masamba.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang menjadi perhatian.³ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dari sampel penelitian saya yakni nasabah bank BNI syariah dan teknik pengambilan sampel secara *Non probability* yakni teknik *sampling incidental* yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴ Kemudian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus

¹ Aswar, *Pengantar metode statistik*, (cet, 11 ; Jakarta : LP3ES.1998), H.91

² Aswar, *Pengantar metode statistik*, (cet.11; Jakarta; LP3JES. 1998), h.91

³ Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.116.

⁴ Sugiyono, 2012 *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, hal. 56.

Lameshow hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga.

Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n: jumlah sampel minimal

z : derajat kemaknaan (1,960)

p : proporsi estimasi 0,2

d : tingkat presisi /deviasi 0,1

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{1,960^2 \cdot 0,25(1 - 0,25)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,841 \cdot 0,25(0,75)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,841 \cdot 0,1875}{0,01} = 72$$

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 72. Namun pada saat melakukam penyebaran angket terdapat 2 sampel yang tidak mengisi kuesioner secara keseluruhan sehingga peneliti hanya mengolah data dari 70 sampel. Pelaksanaan pengambilan sampel secara *Non propability* ini antara lain sebagai berikut: mula mula penulis mengindetifikasikan semua karakteristik populasi ,kemudian penulis menetapkan penelitian, sehinggann teknik pengambilan sampel secara *Non propability* ini didasarkan pada pertimbangan pribadi sendiri.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data dan informasi melalui penelitian lapangan, adapun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Pada teknik ini penulis mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang diteliti. Adapun yang menjadi pengamatan langsung adalah tingkat kepuasan nasabah yang diberikan Bank BNI Masamba dalam setiap transaksinya.

b. Kuesioner (angket)

Menurut Syofyan Siregar, kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang.⁵

Kuesioner (angket) dalam penelitian ini yaitu dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dibuat dalam daftar pertanyaan penelitian, yang berkaitan tentang pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba. Adapun skala yang digunakan peneliti didalam instrument ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena tertentu. Data diolah dengan menggunakan skala likert dengan jawaban

⁵ Syofyan Siregar, *Metode penelitian kuantitatif*, (Jakarta; PT Jafar Interpratama Mandiri, 2003), h.44

atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-5 .⁶ nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden.,dengan teknik skala likert yang pengukurannya sebagai berikut :

1. Untuk sangat tidak setuju diberi nilai = 1
2. Untuk tidak setuju diberi nilai = 2
3. Untuk kurang setuju diberi nilai = 3
4. Untuk setuju diberi nilai = 4
5. Untuk sangat setuju diber nilai = 5

F. Instrumen Penelitian

Adapun instrument penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (angket) yang akan disebar dan dijawab oleh nasabah Bank BNI Syariah Masamba dalam bentuk pertanyaan skala likert. Data sekunder yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan cara mengamati dengan membaca, melakukan kajian teoritik dan mencatat sebagai langkah relevan dari studi pustaka teori, serta studi pustaka hasil penemuan.

G. Teknik Instrument Data

Baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data. Karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 78.

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.⁷ Dalam menguji tingkat validitas suatu instrumen dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis faktor dan analisis butir. Dalam penelitian ini menggunakan analisis butir yaitu skor-skor total butir dipandang nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. Pengujian validitas menggunakan bantuan program SPSS 22.

Sebelum melakukan penelitian saya melakukan uji coba sebanyak 30 responden dimana keseluruhan item variabel penelitian memuat 15 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji satu arah, didapatkan nilai $r_{df} = (N-2)$, maka $df = (30-2) = 28$ yaitu 0,306 (r tabel terdapat pada lampiran). Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid tapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas untuk masing-masing instrumen variabel dapat dijelaskan tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Uji Validitas

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 168.

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Keunggulan bersaing	Kb1	0,384 ^{**}	0,306	Valid
	Kb2	0,336 [*]	0,306	Valid
	Kb3	0,337 [*]	0,306	Valid
	Kb4	0,421 ^{**}	0,306	Valid
	Kb5	0,376 ^{**}	0,306	Valid
Kepuasan nasabah	Kb6	0,342 [*]	0,306	Valid
	Kb7	0,475 ^{**}	0,306	Valid
	Kb8	0,471 ^{**}	0,306	Valid
	Kn1	0,364 ^{**}	0,306	Valid
	Kn2	0,398 ^{**}	0,306	Valid
	Kn3	0,416 ^{**}	0,306	Valid
	Kn4	0,482 ^{**}	0,306	Valid
Kn5	0,549 ^{**}	0,306	Valid	

Sumber : output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 3.1 sumber data output SPSS 2019 diatas dari masing-masing hasil penelitian diatas, semua variabel dapat dikatakan valid karena nilai correlation item total correlation lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0,306$. Dengan demikian dapat disimpulkan setiap variabel dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel sehingga dapat di analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui bahwa sejauh mana hasil atau perolehan yang didapat dari pengukuran tetap konsisten, apabila terjadi

pengukuran dapat dilakukan dua kali atau lebih terhadap masalah gejala yang sama dengan memakai atau menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁸

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut cukup baik. Instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$.⁹

- a. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas
- b. jika α antara $0,70- 0,90$ maka reliabilitas tinggi
- c. jika α antara $0,50- 0,90$ maka reliabilitas moderat
- d. jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah.¹⁰

Hasil uji realibitas untuk instrumen keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 3.2

⁸ Syofian Sireger, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Cet. 11; Jakarta: Bumi Aksara, 2014,) h.87

⁹ Riduwan dan sunarto, *pengantar statistic untuk penelitian*, (bandung: Alfabet, 2009),h. 354

¹⁰ Perryroy Hilton dan charlotte brownlow, *spss explained*, dalam seta basri *Uji Validitas dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html>_diakses 26 januari 2019

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	13

Sumber :Output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 3.2 hasil olahan data reabilitas atas semua butir instrument peneliti diatas menunjukkan bahwa 2 variabel yaitu keunggulan bersaing dan kepuasan nasabah Semuanya dianggap reliable sebab memiliki nilai croanch's alpha diatas 0,5 sebab nilai cronbach;s alpha diperoleh sebesar 0,627.

H. Teknik Analisis Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau yang menunjukkan fakta. Dengan demikian, maka penulis menggunakan pedoman uji validitas dan realibitas instrumen variabel, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik,dan uji hipotesis dengan menggunakan analisis data regresi sederhana.

1. Analisis deskriptif

Teknik merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹¹

2. Uji Asumsi Klasik

¹¹ Sugiyono , *Metode Penelitian bisnis*, Cet 5; Bandung: Alfabeta,2013,h.206

Penelitian ini akan diuji menggunakan metode regresi linear sederhana mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Model regresi sederhana harus memenuhi asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi linier berganda memiliki distribusi normal atau distribusi tidak normal. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika probabilitas signifikannya $> 0,05$. Dimana uji normalitas ini bertujuan untuk mengkaji suatu variabel antara variabel X dan variabel Y untuk melakukan adanya regresi persamaan yang akan di hasilkan dari variabel tersebut, apakah variabel yang diperoleh berdistribusi normal (baik) atau malah berdistribusi tidak normal (tidak baik).¹²

b. Uji linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dan dependen (Y). uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

c. Uji Heteroskedastisitas

¹² Sulyanto, uji asumsi klasik, <https://www.scribd.com/presentation/91823934/uji-asumsi-klasik-20091>, di akses pada (7 februari 2019), h. 8

Uji Heteroskedastisitas memiliki arti terdapat varian dalam model yang tidak sama, hal ini disebabkan variabel yang dipakai mempunyai nilai yang berbeda-beda yang menyebabkan nilai residu yang tidak konstan.¹³ Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa apakah dalam metode regresi bisa mengalami ketidaksamaan varians dan residual dilihat melalui satu pengamatan kemudian melakukan pengamatan lainnya. Jika dari satu pengamatan dan dilakukan pengamatan tetap mengalami ketetapan maka pengamatan tersebut menggunakan pengujian homoskedastisitas dan jika pengamatan bersifat berbeda menggunakan uji heteroskedastisitas.

3. Analisis regresi linier sederhana

Karena penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka menggunakan analisis regresi linier sederhana, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat atau meramalkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat yaitu kepuasan nasabah

X = keunggulan bersaing

a = bilangan konstan

¹³ Sulyanto, *Uji Asumsi Klasik*, <https://www.scribd.com/presentation/91823934/Uji-asmusi-klasik-20091>, h. 8 diakses tanggal (27 Desember 2018),

b = koefisien arah regresi linier

e = Standar Error

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang di dasari dari analisis data. Keputusan dari uji hipotesis dibuat berdasarkan pengujian H_0 . Dalam pengujian hipotesis harus menentukan tolak ukur penerimaan dan penolakan yang didasarkan pada peluang penerimaan dan penolakan H_0 itu sendiri. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (keunggulan bersaing) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Sehingga dapat diketahui variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Perhitungan nilai koefisien determinasi dapat di peroleh dengan mengkuadratkan nilai korelasi persial setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program

b. Uji T

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan variabel penjelas. Hipotesis alternatifnya (H_1), parameter suatu variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.¹⁴

¹⁴ Imam ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 UP Date

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Sejarah Singkat BNI Syariah

Terbentuknya BNI Syariah karena permintaan masyarakat akan perbankan yang pada akhirnya BNI Syariah membuka layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah. pada tanggal 29 april 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah dikantor cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan kurang lebih 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan didalam Corporate Plan UUS BNI Tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan Spin Off tahun 2009.

Disamping itu komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan sadar terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerakan dan 20 payment point.¹

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

2. Latar Belakang BNI Syariah Masamba

Pendiri awal dari Bank BNI Syariah adalah bank BNI Konvensional, kemudian merumuskan mendirikan Bank Syariah, dimana bank syariah urutan ke 5 setelah bank-bank sebelumnya, yang melatarbelakangi di dirikannya bank syariah yaitu karena banyaknya umat muslim 80% dengan memakai hukum-hukum syariah. Bank BNI Syariah KCP masamba di dirikan 1 Maret 2014..

3. Visi Dan Misi BNI Syariah

a. Visi BNI Syariah

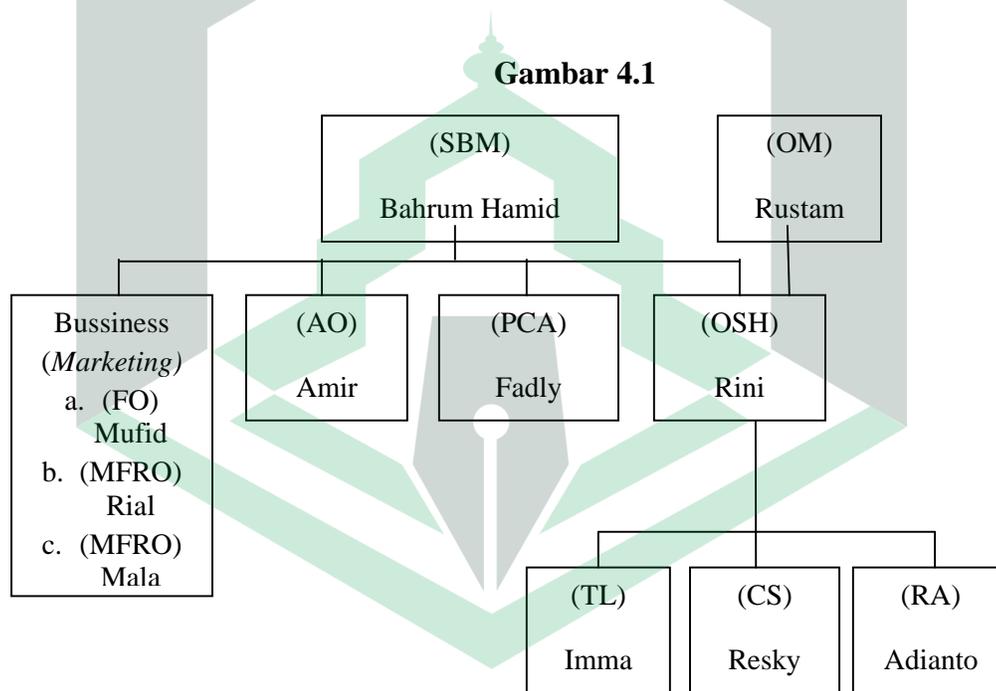
Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi BNI Syariah

¹ www.BNI syariah.co.id

- 1) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 2) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 3) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.²

4. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Masamba



Sumber : Bank BNI SyariahMasamba

² <https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 24 januari2019

Keterangan:

SubBranch Manager (SBM)

Operational Manager (OM)

Operational and Service Head (OSH)

Proses and Collecting Assistant (PCS)

Account Officer (AO)

Funding Officer (FO)

Remedial Assistant (RA)

Mikro Financing Risk Officer (MFRO)

Teller (TL)

Customer Servive (CS)

B. Penyajian Data dan Pembahasan

1. Analisi Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi analisis responden dan analisis statistik responden

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu jenis kelamin,usia,dan pendidikan tarakhir.

1) Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.2**Karakteristik responden berdasarkan usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	4	5,71%
25-40 tahun	42	60%
>40 tahun	24	34.2%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer diolah,2019

Dari tabel 4.2 tersebut, responden dalam penelitian ini yang berusia <25 tahun berjumlah 4 orang (5,71%),responden yang berusia 25-40 tahun 42 orang (60%) dan responden yang berusia >40 tahun 21 orang (34,2 %).

2) Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena pendidikan seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir**

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD	4	5,71%
SMP	8	11,4%
SMA	37	52,8%
DIPLOMA	3	4,28%
S1	18	25,7%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2019

2. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Analisis indeks jawaban responden terhadap variabel keunggulan bersaing (X)

Tabel 4.4

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Kualitas produk yang dihasilkan bank BNI syariah masamba lebih baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan bila dibandingkan dengan pesaing	10	40	15	5	-	70

		14,2%	57,1%	21,4%	7,1%		100%
2.	Produk yang dihasilkan bank BNI syariah masamba memiliki desain yang unik dan menarik	4	45	17	4	-	70
		5,7%	64,2%	24,2%	5,7%		100%
3.	Saya selalu menceritakan keunggulan-keunggulan saat menabung pada Bank BNI syariah masamba	10	48	9	3	-	70
		14,2%	68,5%	12,8%	4,2%		100%
4.	Produk-produk yang ditawarkan terhindar dari unsur riba	20	35	10	5	-	70
		28,5%	50%	14,2%	7,1%		100%

5.	Setiap transaksi yang dijalankan sudah sesuai dengan permintaan nasabah	15 21,4%	47 67,1%	6 8,5%	2 2,8%	-	70 100%
6.	Dengan adanya fasilitas seperti internet banking dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi	12 17,1%	49 70%	5 7,1%	4 5,7%	-	70 100%
7.	Karyawan menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam	13 18,5%	40 57,1%	12 17,1%	5 7,1%	-	70 100%
8.	Menawarkan program promosi yang mendorong para nasabah untuk melakukan pembelian sesegera mungkin	10 14,2%	52 74,2%	5 7,1%	3 4,2%	-	70 100%

Tabel di atas menjelaskan tanggapan mengenai variabel keunggulan bersaing menunjukkan bahwa untuk pernyataan Kualitas produk yang dihasilkan bank BNI syariah lebih baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah bila dibandingkan

dengan pesaing, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 40 orang atau 57,1 persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 15 orang atau 21,4 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Produk-produk yang dihasilkan bank BNI syariah memiliki desain yang unik dan menarik, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,7 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 55 orang atau 62,2 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 17 orang atau 24,2 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 Orang atau 5,7 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Saya selalu menceritakan keunggulan-keunggulan yang dimiliki bank BNI syariah masamba responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 48 orang atau 68,5 persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 9 orang atau 12,8 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 Orang atau 4,2 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Produk-produk yang ditawarkan terhindar dari unsur riba, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang

atau 28,5 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 35 orang atau 50 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Setiap transaksi yang dijalankan sudah sesuai dengan permintaan nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 21,4 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 47 orang atau 67,1 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 6 orang atau 8,5 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 2 Orang atau 2,8 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Dengan adanya fasilitas seperti internet banking dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau 17,1 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 49 orang atau 70 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 5 orang atau 7,1 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 Orang atau 5,7 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan Karyawan menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memeberi senyum dan salam, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 13 atau 18,5 persen,responden yang memberikan

0							
1.	Kepuasan terhadap produk yang dihasilkan	10 14,2%	55 78,5%	5 7,1%	-	-	70 100%
2.	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani nasabah	15 21,4%	42 60%	13 18,5%		-	70 100%
3.	Kepuasan terhadap profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap nasabah	10 14,2%	49 70%	11 15,7%	-	-	70 100%
4.	Tercapainya keinginan dan harapan pelanggan saat melakukan	19 27,1%	39 55,7%	11 15,7%	1 1,4%	-	70 100%

	transaksi						
5.	Kemampuan menciptakan hubungan baik dengan nasabah	30 42,8%	33 47,1%	7 10%	-	-	70 100%

Tabel di atas menjelaskan tanggapan mengenai variabel kepuasan nasabah menunjukkan bahwa untuk pernyataan, Kepuasan terhadap produk yang dihasilkan, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 55 orang atau 78,5 persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 5 orang atau 7,1 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju tidak ada, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan, Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 21,4 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 42 orang atau 60 persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 13 orang atau 18,5% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju tidak ada, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan, Kepuasan terhadap profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 49 orang atau 70 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang atau 15,7% persen, responden yang

memberikan jawaban tidak setuju tidak ada , dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan, Tercapainya keinginan dan harapan nasabah saat melakukan transaksi, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang atau 27,1% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 39 orang atau 55,7 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang atau 15,7% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,4% , dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan, Kemampuan menciptakan hubungan baik dengan nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 30 orang atau 42,8% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 33 orang atau 47,1 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 7 orang atau 10% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

3. Analisi Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak biasa dan konsisten.

a.) Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan uji One Sample Kolmogrov Smirnov. One Sample Kolmogrov Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel “One Sample Kolmogrov Smirnov Test”

Tabel 4.6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05913183
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tampilan output one sample kolmogov-smirnov test pada tabel 4.4 diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,200 karena lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) maka nilai residual tersebut telah normal.

b.) Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dan dependen (Y). uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

Tabel 4.7

Uji linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah * keunggulan bersaing	Between Groups	(Combined)	80.367	11	7.306	1.980	.047
		Linearity	1.781	1	1.781	.483	.490
		Deviation from Linearity	78.585	10	7.859	2.130	.036
Within Groups			213.976	58	3.689		
Total			294.343	69			

Adapun pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah dapat dilakukan dengan dua cara yakni dengan melihat nilai signifikansi dan nilai f.

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari sumber data spss di atas di peroleh nilai deviation from linearity signifikansi ialah 0,036 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel keunggulan bersaing (x) dengan variabel kepuasan nasabah (y).
2. Berdasarkan nilai F yakni dari sumber spss diatas nilai F hitung adalah 2,130 < F tabel 3.98 karna nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat ditarik

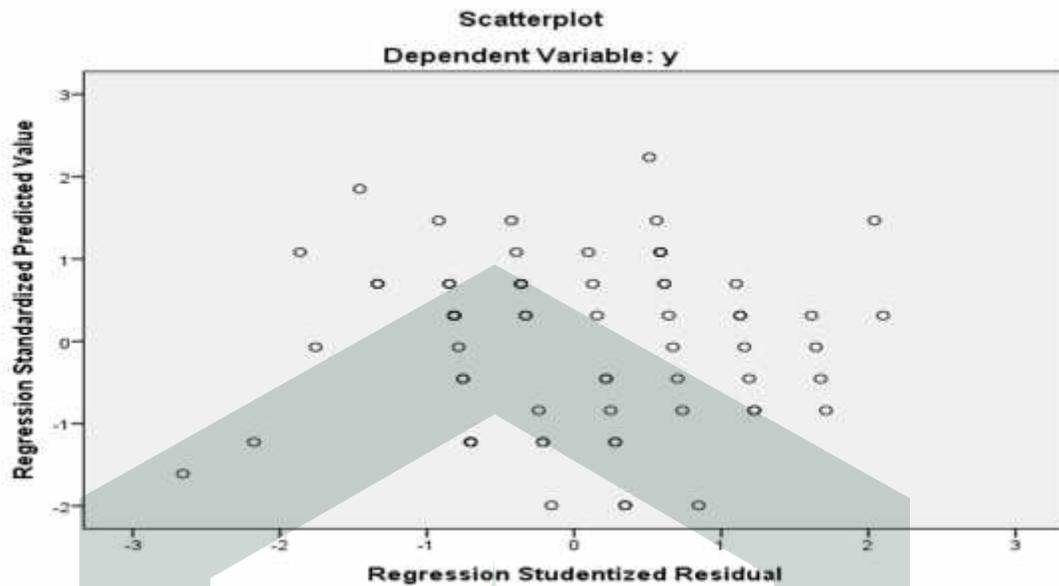
kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel keunggulan bersaing (X) dengan variabel kepuasan nasabah (y).

c.) Uji Heteroskedastisitas

Metode heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPREED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPREED dimana sumbu Y adalah \hat{Y} yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya), dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.8



Berdasarkan gambar di atas tidak menunjukkan suatu pola selain itu titik terbesar dibawah dan diatas angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas.

2. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistic dalam analisis regresi berganda yang digunakan adalah dengan bantuan program SPSS for Windows versi 22. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.285	2.587		8.229	.000
	Keunggulan bersaing	.062	.096	.078	2.643	.018

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,285 + 0,062X$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

1. Angka konstan dari unstandardized coefficients dalam penelitian ini sebesar 21,285 angka ini merupakan angka konstan yang berarti keunggulan bersaing mengalami kenaikan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 21,285.
2. Koefisien regresi variabel keunggulan bersaing (X) sebesar positif 0,062 .jika keunggulan bersaing mengalami kenaikan koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan nilainya sebesar 1 ,maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,1 .koefisien nilai positif antara keunggulan bersaing dengan kepuasan nasabah.

3. Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (keunggulan bersaing) secara individu berpengaruh pada variabel dependen (kepuasan nasabah), maka digunakan uji t dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Prosedur pengujian yang dilakukan setelah mendapatkan t_{hitung} yaitu:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
1 (Constant)	21.285	2.587		8.229	.000	
Keunggulan bersaing	.062	.096	.078	2.643	.018	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Melihat t_{tabel} (n-k) maka ditemukan t_{tabel} sebesar 1,995 berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel keunggulan bersaing adalah 2,643 maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,643 > 1,995) atau nilai signifikan 0,018 < 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan

bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba.

a. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi variabel lain. Nilai koefisiensi ini antara 0 dan 1, jika hasil mendekati angka 0 berarti kemanapun variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel "Model Summary"

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.405	.410	2.07538

a. Predictors: (Constant), keunggulan bersaing

Berdasarkan tampilan output model summary pada tabel 4.11 besarnya adjusted R^2 (koefisien determinasi yang telah disesuaikan) adalah 0,405 nilai menunjukkan bahwa 40,5% kepuasan nasabah dijelaskan oleh 1 variabel independen yaitu keunggulan bersaing. Sedangkan sisanya 59,5% dijelaskan oleh variabel lain.



Pembahasan hasil penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap keunggulan bersaing pada Bank BNI syariah Masamba, dengan metode kuantitatif yang berloksikan jln. Baliase pasar sentral Masamba. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang diteliti yakni 70 responden, yaitu dimana pengambilan sampel menggunakan metode Lameshow. Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data yang bersumber dari data yang dikumpulkan dengan menggunakan pengisian kuesioner untuk mengetahui responden pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah Masamba, kuesioner terdiri dari 13 pernyataan. Setiap pernyataan terdiri alternative jawaban yaitu: SS (sangat setuju), S (setuju), KS (kurang setuju), TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju). Setelah diperoleh data hasil kuesioner maka peneliti melakukan analisis data tersebut. Analisis data di lakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana, adapun beberapa metode yang digunakan dalam regresi sederhana adalah uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji T, dan uji R). Hasil penelitian berdasarkan tampilan ouput model summary pada tabel 4.11 besarnya *adjusted R*² (koefisien determinasi yang telah disesuaikan) adalah 0,405 nilai menunjukkan bahwa 40,5% kepuasan nasabah dijelaskan oleh 1 variabel independen yaitu keunggulan bersaing. Sedangkan sisanya 59,5% dijelaskan oleh variable lain. Hasil uji parsial (Uji T) memperlihatkan bahwa nilai t_{hitung} 2,643 dan t_{tabel} 1,995 atau $2,643 > 1,995$ dengan nilai propabilitas signifikan

sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Maka disimpulkan keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan, penelitian ini terbukti sebab dari hasil penelitian faktor tersebut merupakan faktor utama yang membuat kepuasan nasabah pada Bank BNI syariah Masamba. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas pelayanan yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan mendorong pelanggan untuk setia terhadap jasa perbankan syariah tersebut.

Hasil penelitian ini berbeda dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Pelanggan akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat, kualitas pelayanan (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua variabel utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan.³

Pada situasi persaingan perbankan, Bank membutuhkan usaha keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat di tentukan oleh kemampuan perusahaan

³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005).

dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang di tawarkan dapat di jadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidak sesuain antara tingkat kepentingan sebelumnya denga kinerja actual yang di rasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang di kehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Hal inilah yang menyebabkan mengapa ada faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BNI syariah Masamba, sehingga kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dari pembahasan diatas menunjukkan bahwa fitur kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam membuat pelanggan puas menggunakan jasa perbankan syariah



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bank BNI syariah Masamba dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

Dari rumusan masalah yang di ajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa hasil menunjukkan variabel keunggulan bersaing memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,463 maka dapat diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,463 > 1,995$) dan dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba. Namun dapat pula diketahui bahwa besarnya tingkat kepuasan nasabah terhadap keunggulan bersaing yaitu sebesar 40,5%.

Saran

Setelah melakukan penelitian dan melakukan perhitungan dari data yang dikumpulkan, maka ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharap dapat meneliti dengan variabel-variabel diluar variabel yang diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
2. Keunggulan bersaing mempunyai nilai pengaruh positif dan signifikan yang cukup tinggi terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah mempertahankan keunggulan bersaing dan kalau bisa lebih di tingkatkan lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, Donni Juni Priansa, S.Pd, *manajemen bisnis syari'ah*, Bandung: Alfabeta 2009
- Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*,... hlm. 189.
- Aritonang R. Lerbin R. ,*Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisian dengan SPSS* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 25-30
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta,1998), hal, 245.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta,1998), hal.64
- Aswar, *Pengantar Metode Statistik*,(cet 11;Jakarta: LP3JES. 1998), h. 91
- Barney, J.B. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, (17), 99-120. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986)
- Fandy, Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali dalam Mohammad Rizky Teguh Pratomo, “*Analisis Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindra Pasar Terhadap Keunggulan Untuk Meningkatkan*”
- Jasfa Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia 2005, h. 21
- Kasmir, *Pemasaran Bank* hal. 201 (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 20
- Muhammad, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. (Yogyakarta: UII Pres, 2006) hal. 15.
- Michael E, Porter. 1993. *Keunggulan Bersaing*. Alih Bahasa oleh Agus Darma, Agus Maulana, E. Ujian Wahyu Suprpto. Cetakan Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Pujiningsih Hetti, Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Pada BMT Bina Insani Truna Muntlan Skripsi, (Fakultas Syariah UIN Yogyakarta, 2006) hlm 122-123

Prayoga Adistiari Kualitas Jasa berdasarkan Perspektif Islam, Penjabaran prinsip CARTER

Praestyo Bambang dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta:PT Grafindo Persada, 2006), Ed.1. hal, 49.

Priyatno Duwi, *Cara Kilat Belajar SPSS Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta, Andi,2012), h. 101

Priyatno Duwi, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta:ANDI,2012),. h. 123

Qardhaw Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, GIP, Jakarta, 1997, hal.178.

Randana Dena, *Pengaruh Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Hotel Batik Yogyakarta)* hlm.

Rahayu N Ekawati, *Manajemen Pemasaran. Nora Media Enterprise*, Kudus 2010, hlm. 166

Rangkut Freddy i, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: PT: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 23.

Suprpto, *pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta 2011), hal 45-46

Siregar Syofian, "*Statistik Parametrikn Untuk Penelitian Kuantitatif*" (Jakarta :PT Bumi Aksara 2014) h.87

Undang-Undang RI Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Zulfikar, *pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*, h.182.

BIODATA PENULIS



Rahmatul Ummah adalah nama pemilik skripsi ini. Penulis lahir pada tanggal 25 Oktober 1997 di Kota Palopo. Lahir dari pasangan Khalid Munawar (*ayah*) dan Sabariah (*ibu*), sebagai anak ke dua dari empat bersaudara. Pada tahun 2003 dengan izin Allah swt. Penulis menginjakkan kaki di bangku SDN. 108 Salujambu dan menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 7 Palopo dan selesai pada tahun 2012. Pada tahun yang sama 2012 penulis berhasil mengenyam pendidikan di SMK Negeri 1 Palopo dan menamatkan pendidikannya pada tahun 2015.

Atas keinginan yang kuat untuk melanjutkan pendidikan, penulis diterima di salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di tanah luwu STAIN (Sekolah Tinggi Islam Negeri) Palopo yang kini beralih menjadi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Palopo dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Alhamdulillah selesai pada tahun 2019.

Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan tugas akhir skripsi ini mampu member kontribusi bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Masamba”**