

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPRS AMANAH BANGSA
(STUDI KASUS PADA BPRS AMANAH BANGSA PEMATANG
SIANTAR)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

DIMAS RISKY MUHARRAM

NPM : 1801270035



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

**Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap
Kepuasan Nasabah pada BPRS Amanah Bangsa
(Studi Kasus pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar)**

SKRIPSI

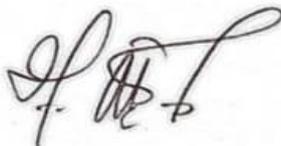
*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

Dimas Rizky Muharram
NPM : 1801270035

Program Studi Pendidikan Agama Islam

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

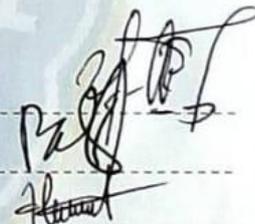
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Dimas Rizky Muharram
NPM : 1801270035
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : XIV
Tanggal Sidang : 22/04/2025
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA
PENGUJI I : Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
PENGUJI II : Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib MA



Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, April 2025

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Dimas Rizky Muharram** yang berjudul "**Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Amanah Bangsa (Studi Kasus pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoch Prof. Dr. Rahmayanti, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA

Nama : **Dimas Risky Muharram**

Npm : **1801270035**

Semester : **XIV**

Program Studi : **Perbankan Syariah**

Judul Proposal : **Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15/2-2025. 15.	- Perhatikan uji Asumsi klasik - Hasil uji pada uji R-Square tidak bagus, ulangi Mengolah Data.	Y F	
15/3-2025	- Deskripsi dan kata-kata yang efisien output SPSS	Y F	
17/3-2025	- Jelaskan pd Pembahasan hasil penelitian	Y F	
15/4-2025	- AEC sedang Meja Hijau	Y F	

Medan,

2025



Diketahui/Disetujui
Program Studi

Dr. Rahmayanti, S.E.I., M.E.I

Pembimbing

Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA



UMSU
Majlis | Cerdas | Terpercaya

Dilarang menjiplak surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Dimas Rizky Muharram**
NPM : **1801270035**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Amanah Bangsa (Studi Kasus pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar)**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, April 2025

Pembimbing

Mutiah Khaira Sihotang, S.E.I., MA

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayanti, S.E.I., M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

ABSTRAK

PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPRS AMANAH BANGSA (STUDI KASUS PADA BPRS AMANAH BANGSA PEMATANG SIANTAR)

Dimas Rizky Muharram
1801270035
Program Studi
Perbankan Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jln. Kapten Muchtar basri No.3 Telp (061) 6624567 Medan
20238

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan serta belum optimalnya penerapan nilai-nilai Islam dalam layanan perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai $t_{hitung} = 17,447 > t_{tabel} = 1,987$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Penerapan nilai Islam juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} = 19,425 > t_{tabel} = 1,987$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} = 361,325 > F_{tabel} = 3,95$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 89,3% menunjukkan bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan penerapan nilai Islam, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas produk dan penguatan penerapan nilai-nilai Islam dalam mendukung kepuasan dan loyalitas nasabah di lembaga perbankan syariah.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Nilai Islam, Kepuasan Nasabah, Perbankan Syariah.

ABSTRACT

The Influence of Product Excellence and the Application of Islamic Values on Customer Satisfaction at BPRS Amanah Bangsa (Case Study at BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar)

Dimas Rizky Muharram

1801270035

Sharia Banking

Study Program

Faculty of Islamic Religion

Universitas Of Muhammadiyah North Sumatera

Jln. Kapten Muchtar basri No.3 Telp (061) 6624567 Medan

20238

This study aims to analyze the influence of product quality and the application of Islamic values on customer satisfaction at BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. The background of the study is based on the low interest of customers in the bank's offered products and the suboptimal implementation of Islamic values in Islamic banking services. The research method used is quantitative with multiple linear regression analysis. The results show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of $17.447 > t\text{-table } 1.987$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. The application of Islamic values also has a positive and significant effect, with a t-value of $19.425 > t\text{-table } 1.987$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. Simultaneously, both variables have a significant effect on customer satisfaction, as indicated by the F-value of $361.325 > F\text{-table } 3.95$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 89.3% indicates that the variation in customer satisfaction can be explained by product quality and the implementation of Islamic values, while the remaining 10.7% is influenced by other factors not examined in this study. These findings highlight the importance of improving product quality and reinforcing Islamic value implementation to enhance customer satisfaction and loyalty in Islamic banking institutions.

Keywords : Product Quality, Islamic Values, Customer Satisfaction, Islamic Banking,

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	9
2. Aspek-Aspek Kepuasan Nasabah.....	10
3. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	11
4. Pengertian Keunggulan Produk.....	12
5. Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan.....	13
6. Pengertian Nilai Islam.....	14
7. Produk-Produk Perbankan Syariah.....	15
8. Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Perbankan Syariah.....	16
B. Penelitian Yang Relevan.....	18
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III. METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi dan Sampel.....	24
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Instrumen Penelitian.....	26
G. Uji Prasyarat.....	28
1. Uji Kualitas Data.....	28
a. Uji Validitas.....	28
b. Uji Reabilitas.....	28
2. Uji Asumsi Klasik.....	28
a. Uji Normalitas.....	28
b. Uji Heteroskedastisitas.....	29
H. Teknik Analisis Data.....	29
1. Uji Hipotesis.....	29
a. Uji T-test.....	30

b. Uji F-test.....	30
c. Uji R-square (R^2)	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
1. Sejarah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.....	32
2. Visi dan Misi BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.....	32
3. Struktur Organisasi BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar	33
B. Deskripsi Identitas Responden.....	34
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
C. Pembahasan.....	35
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	43
4. Uji Hipotesis	44
D. Interpretasi Hasil Analisis Data	46
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	 48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
 DAFTAR PUSTAKA.....	 50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	23
Tabel 3.2 Instrument Skala Likert.....	26
Tabel 3.3 Indikator Penelitian	27
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden	34
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Keunggulan Produk (X1)	36
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Penerapan Nilai Islam (X2)	37
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kepuasan Produk (Y)	37
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel.....	38
Tabel 4.8 Output SPSS Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4.1 Uji t-test	44
Tabel 4.14 Uji f-test	45
Tabel 4.14 Uji R-square (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Kepuasan Nasabah BPRS Amanah P. Siantar.....	19
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPRS Amanah Bangsa P Siantar.....	33

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Keuangan syariah adalah bentuk perbankan atau aktivitas perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (hukum Islam). Contohnya larangan pembayaran bunga (*riba*) dan ketidakjelasan yang berlebihan (*gharar*) atau judi (*maysir*). Justru, resiko dan keuntungan harus dibagi dan transaksi yang dilakukan harus memiliki tujuan ekonomi yang nyata tanpa spesifikasi yang tidak diperlukan. Perbankan syariah meliputi perbankan, pinjaman, sukuk (obligasi syariah) dan pasar ekuitas, dana-dana investasi, asuransi dan pendanaan mikro. Meskipun begitu, aset perbankan dan sukuk yang berkontribusi untuk sekitar 95% dari total aset keuangan Islam. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar global untuk instrumen-instrumen keuangan sesuai syariah telah bertumbuh subur.

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali

Pertumbuhan produk perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di Negara Republik Indonesia, yang penduduknya mayoritas muslim, bahkan muslimnya terbesar di dunia, jauh tertinggal bila dibandingkan di Amerika yang penduduk muslimnya sangat kecil. Bank Muamalat Indonesia berdiri berawal dari produk perbankan syariah. Saat ini kaum muslimim Indonesia sudah dapat berinvestasi lewat berbagai bentuk investasi secara syariah (Ali, 2019).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas (Antonio, 2015). Kepuasan merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan Konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut yang menguntungkan perusahaan (Setyawan, 2018).

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka pencipta produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat dipertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini (Kasmir, 2015).

Keunggulan produk merupakan nilai lebih dari suatu unit usaha dari unit usaha lainnya salah satunya dalam perbankan syariah merupakan salah satu perbankan yang menggunakan nilai-nilai islam dalam setiap pelayanan yang di berikan pihak perbankan berbeda dengan perbankan konvensional yang tidak memiliki nilai-nilai islam. Seperti penerapan pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar dalam hal dengan pembiayaan yang menjadi keunggulan produk,

pembiayaan dengan penerapan nilai-nilai islam yang menjadi salah satu faktor dalam keunggulan produk di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar, hal tersebut dilakukan untuk menumbuhkan kepuasan para nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mhd. Rizky Al Akbar (2021) dengan judul pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Muamalat, menyatakan bahwa keunggulan produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen karena dengan produk unggulan yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal terhadap perbankan tersebut. Keunggulan produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah jika produk tersebut sesuai dengan harapan nasabah dan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Dan juga produk tersebut juga disebut bentuk pelayanan yang diberikan perbankan terhadap nasabah, jika layanan dan produk yang diberikan kepada setiap nasabah dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan nasabah maka terbentuknya kepuasan nasabah, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya kaitan antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah.

Dalam praktek perbankan syariah penerapan nilai Islam harus dijalankan karena setiap akad (Transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan agar terciptanya kepuasan tersendiri bagi nasabah dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Menurut Karim (2014:97) nilai islam merupakan sifat dari apa yang telah diajarkan islam yang penting ataupun bermanfaat atau kemanusiaan. Nilai-nilai islam tidak hanya mengatur kaitannya terhadap Allah Swt, akan tetapi juga hubungan dengan manusia kepada manusia lainnya serta hubungan manusia kepada alam. Maka banyak dari kalangan masyarakat khususnya beragama islam lebih memilih perbankan yang menggunakan penerapan nilai islam, hal tersebut dilakukan agar setiap nasabah dan masyarakat dapat menggunakan jasa perbankan yang sesuai dengan keinginan dan tetap berpedoman nilai-nilai islam, hal tersebut juga upaya perbankan untuk menumbuhkan kepuasan para nasabah dan masyarakat agar bank sumut memiliki citra yang baik bagi masyarakat.

Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Sumatera Utara. Untuk mempertahankan nasabahnya, BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya, BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar memiliki standart yang sama dalam mengukur pelayanan yang baik. Selain menerapkan nilai Islam yang terbaik, BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya (Rizky, 2021). Hal tersebut dapat dilihat diketahui dari beberapa keterangan yang dikemukakan oleh beberapa nasabah, menurut ZC menyatakan bahwa

“Saya sebagai nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar tetapi saya tidak ada melakukan aktivitas selain menerima gaji, beberapa pegawai sudah menawarkan namun saya belum begitu tertarik”.

Adapun menurut RK menyatakan bahwa:

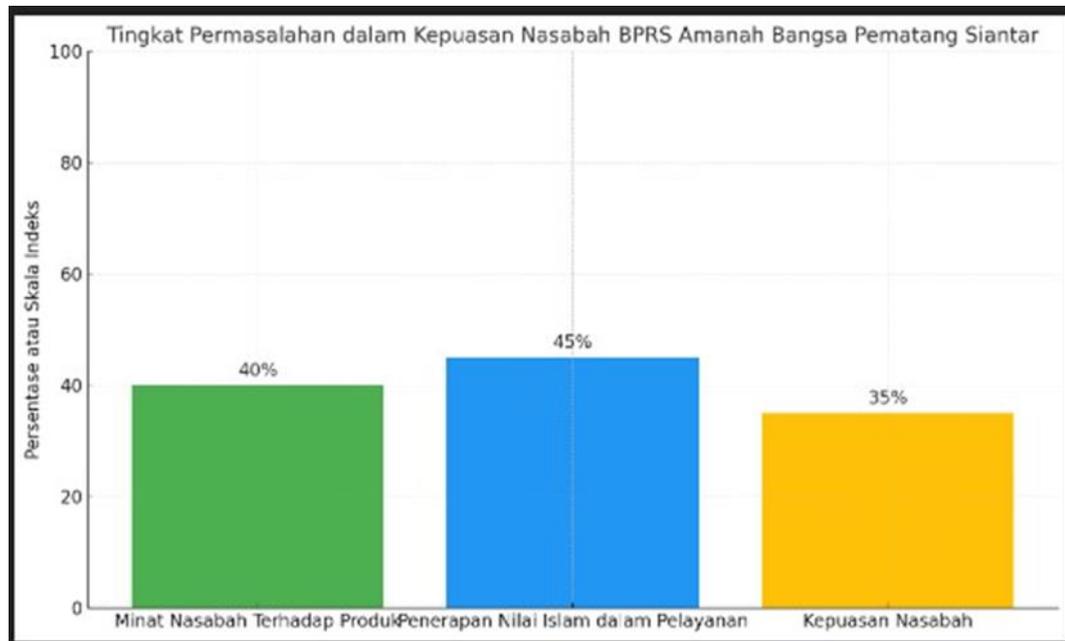
“produk-produk yang telah ditawarkan kepada saya tidak memberikan efek kepuasan kepada saya sehingga saya kurang tertarik atas layanan tersebut”.

Adapun pernyataan menurut Rhmn :

“hal yang membuat saya kurang tertarik atas layanan yang telah ditawarkan karena produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan saya, sehingga saya tidak melakukan aktivitas tersebut sehingga tidak ada kepuasan yang saya rasakan” .

Permasalahan utama yang dihadapi oleh BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar terletak pada kurangnya minat nasabah dalam memanfaatkan berbagai produk yang telah ditawarkan oleh pihak bank. Hal ini mencerminkan bahwa keunggulan produk yang seharusnya menjadi daya tarik utama belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan serta harapan nasabah. Produk yang ditawarkan dinilai belum relevan atau tidak memberikan nilai tambah yang cukup signifikan di mata nasabah, sehingga mereka enggan untuk melakukan aktivitas perbankan selain sekadar menerima gaji. Rendahnya pemanfaatan produk perbankan ini menjadi

indikasi bahwa inovasi dan diferensiasi produk yang ditawarkan masih perlu ditingkatkan, baik dari segi kualitas, fitur, maupun pendekatan pemasaran yang dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari gambar tingkat kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar:



Gambar 1.1 Tingkat Kepuasan Nasabah BPRS Amanah Pematang Siantar

Berdasarkan ilustrasi gambar yang ditampilkan, terdapat tiga permasalahan utama yang menjadi fokus dalam menurunnya tingkat kepuasan nasabah di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. Pertama, terlihat dari kurangnya minat nasabah dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Hal ini tercermin dari ekspresi kebingungan dan ketidaktertarikan nasabah terhadap penawaran petugas bank, yang menunjukkan bahwa produk yang disediakan belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan atau preferensi nasabah. Kedua, penerapan nilai-nilai Islam yang menjadi ciri khas perbankan syariah juga belum sepenuhnya dirasakan oleh nasabah. Ilustrasi simbol Islam dan jabatan menunjukkan adanya upaya penerapan nilai-nilai keislaman, namun ekspresi ragu-ragu dari nasabah mengindikasikan bahwa prinsip-prinsip tersebut belum memberikan pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk kenyamanan dan keyakinan nasabah saat bertransaksi. Ketiga, masih rendahnya tingkat kepuasan nasabah secara umum turut menjadi sorotan. Hal ini divisualisasikan melalui sosok

nasabah yang duduk dengan raut wajah kecewa serta ikon wajah sedih di atasnya, yang memperlihatkan bahwa sebagian besar nasabah belum merasakan layanan atau produk yang memuaskan. Ketiga permasalahan ini saling berkaitan dan mencerminkan tantangan nyata yang harus dihadapi BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar dalam memperbaiki mutu layanan, meningkatkan keunggulan produk, serta menguatkan penerapan nilai-nilai Islam dalam operasionalnya.

Selain itu, penerapan nilai-nilai Islam sebagai identitas utama dari sistem perbankan syariah belum sepenuhnya dirasakan manfaatnya oleh para nasabah. Padahal, prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan saling ridha merupakan nilai inti yang seharusnya menjadi keunggulan kompetitif bank syariah dibandingkan bank konvensional. Namun kenyataannya, sebagian nasabah merasa bahwa penerapan nilai-nilai tersebut belum nyata dalam pengalaman pelayanan yang mereka terima. Akibatnya, nilai-nilai Islam yang seharusnya menjadi fondasi dalam menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi justru belum berhasil membangun loyalitas nasabah secara maksimal.

Permasalahan tersebut secara keseluruhan berdampak pada rendahnya tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan dan produk perbankan syariah di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. Minimnya aktivitas nasabah yang hanya terbatas pada penerimaan gaji, serta munculnya berbagai tanggapan negatif terhadap produk dan layanan yang ditawarkan menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan nasabah dan realitas yang diberikan oleh bank. Kondisi ini tentu menjadi tantangan besar bagi pihak manajemen dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan ketat antar lembaga keuangan syariah di wilayah Sumatera Utara. Oleh karena itu, penting bagi BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap keunggulan produknya serta meningkatkan implementasi nilai-nilai Islam dalam setiap aspek pelayanannya guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan

nasabah. Maka peneliti melakukan penelitian lanjutan dengan judul “**Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar (Studi Kasus pada BPRS Amanah Bangsa Pematangsiantar).**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dijelaskan maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Perlunya produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah untuk menumbuhkan kepuasan nasabah.
2. Perlunya meningkatkan kualitas produk perbankan dalam menumbuhkan kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.
3. Pentingnya penerapan nilai islam dalam setiap transaksi/layanan agar menumbuhkan kepuasan pada nasabah di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah keunggulan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar?
2. Apakah penerapan nilai islam berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar?
3. Apakah keunggulan produk dan penerapan nilai islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai islam secara parsial terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

3. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai islam secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan pelengkap syarat penyelesaian pendidikan jenjang sarjana di jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bagi Pihak Bank, penulis berharap dengan laporan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketikan akan menetapkan kebijakan dalam pemberian layanan kepada nasabah.
3. Bagi para akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau pembanding untuk penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyelesaian skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORITIS

Berisi kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kehadiran penelitian, tahapan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pemeriksaan keabsahan temuan.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi penelitian, temuan penelitian, pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Pentingnya kualitas layanan pastinya berdampak terhadap citra perusahaan atau nama perusahaan, dimana jika kualitas layanan yang diberikan oleh perbankan terhadap para nasabah baik akan maka para nasabah juga akan merasa puas dan perbankan akan mendapatkan keuntungan jika para nasabah tetap setia dan loyal terhadap perbankan tersebut. Apabila suatu perbankan sudah mendapatkan nilai positif di mata nasabah, maka para nasabah perbankan tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, dan juga para nasabah bisa menjadi nasabah tetap pada perbankan tersebut. maka sebab itu sangat penting bagi perbankan untuk mempertimbangkan aspek kepuasan nasabah terkait keunggulan produk dan aspek-aspek yang mengekedepankan keuntungan nasabah. Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang senang ataupun sebaliknya karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang didapatkan dengan harapan, (Satria T, Anggita P.L, Hazmanan K, 2021).

Menurut Dedek Kurniawan (2020) Kepuasan pelanggan yang sudah dirasakan akan dapat menyebabkan kepercayaan yang disusul keputusan pembelian kembali dari pelanggan, ketika seorang pelanggan sudah percaya pada produk atau jasa tertentu.

Adapun pengertian kepuasan nasabah menurut pendapat Kotler (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperolehnya. Dimana dapat diketahui bahwasanya kepuasan seorang nasabah akan berhubungan sangat erat dengan dua hal yaitu, harapan dan hasil yang diperoleh nasabah, yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Seperti pengalaman yang seorang nasabah dalam menerima pelayanan jasa yang diberikan pegawai ataupun produk yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah, dengan demikian kepuasan nasabah merupakan faktor yang penting untuk memenangkan persaingan (Widowati, 2018).

Menurut I Hayati (2019) Kepuasan nasabah salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam mengkomunikasikan kredibilitas mereka dan menciptakan kepercayaan dan keyakinan.

Adapun menurut Hartawan (2017) konsumen yang sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang produk dan jasa yang telah diberikan dengan brand yang sudah mereka anggap positif. Yang mana secara tidak langsung seseorang tersebut sudah menunjukkan rasa senang dan puas atas layanan produk yang telah diberikan.

Menurut Utama (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Kepuasan seorang pelanggan tercipta pada masa transaksi atau menerima jasa, atau pengalaman pelayanan yang diterima dari penawar jasa, maka hal tersebut mampu mengakibatkan kepuasan pelanggan untuk memenangkan persaingan.

Adapun menurut Rianto (2012) menyatakan tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan menerima jasa dan menggunakan produk atau jasa yang telah di terima pelanggan. Sehingga pelanggan mampu membandingkan jasa yang diterima oleh pelaku usaha lainnya.

Kepuasan nasabah juga dapat diartikan yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bitner dan Gremler (2012) adalah respon atau tanggapan nasabah mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan nasabah berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi nasabah.

2. Aspek-Aspek Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengertian kepuasan nasabah berikut aspek-aspek nasabah untuk mengukur kepuasan nasabah dalam pelayanan jasa atau produk yang telah di berikan kepada nasabah yaitu *expectations*, *performance*, *comparison*, *confirmation* dan *discrepancy* (Utama, 2020) sebagai berikut:

- a. *Expectations* (Harapan), Harapan nasabah terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum nasabah membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan nasabah berharap bahwa barang atau jasa yang nasabah terima sesuai dengan harapan keinginan dan keyakinan nasabah. Kepuasan nasabah sangat bergantung pada persepsi dan harapan nasabah.
- b. *Performance* (Kinerja), Pengalaman nasabah terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi harapan nasabah. Selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa, nasabah menyadari kegunaan produk actual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai aspek penting bagi nasabah.
- c. *Comparison* (Perbandingan), setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka nasabah akan membandingkan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja actual barang atau jasa tersebut.
- d. *Confirmation* (Konfirmasi), Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman nasabah terhadap penggunaan merek atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman dari nasabah lain melalui penggunaan merek lain komunikasi dari bank serta nasabah.
- e. *Discrepancy* (Ketidaksesuaian), Mengidentifikasi bagaimana perbedaan antara kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmations* yaitu terjadi ketika kinerja actual berada dibawah level harapan, dimana kesenjangan yang lebih luas lagi dapat mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *Positive disconfirmations* yaitu ketika kinerja actual berada diatas level harapan. Ketika nasabah puas, maka nasabah akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika nasabah merasa tidak puas maka nasabah akan menuntut perbaikan atau complain terhadap bank.

3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Adapun alat ukur dalam mengukur kepuasan seorang nasabah atas jasa dan pelayanan yang diberikan perbankan terhadap nasabah sebagai metode pengukuran kepuasan pelanggan menurut Wardiana (2020) sebagai berikut:

- a. Sistem Keluhan dan Saran, Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan kepada setiap pelanggannya untuk menyampaikan saran serta keluhan setiap pelayanan jasa atau produk yang telah diberikan. Dimana informasi tersebut mampu memberikan masukan bagi organisasi memungkinkan untuk beraksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang muncul.
- b. *Ghost Shopping*, salah satu cara agar memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah mempekerjakan beberapa orang berperan untuk bersikap sebagai pengguna jasa atau pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
- c. *Lost Costomer Analysis*, perusahaan sebaiknya menghubungi para nasabah yang telah berhenti menjadi nasabah atau tidak menjadi nasabah bank tersebut atau beralih ke bank yang lain serta memahami dari keterangan mantan nasabah tersebut.
- d. *Survey Kepuasan Pelanggan*, Biasanya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon ataupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

4. Pengertian Keunggulan Produk

Adapun definisi keunggulan / kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Ketika nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberi nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan yang di berikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas ataupun keunggulan suatu perbankan dimana seluruh nasabah menemukan harapan dan kepuasan atas jasa yang diberikan oleh perbankan, dimana perbankan meningkatkan produk guna untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Menurut Mutiah K.S (2020) kualitas adalah “tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Dengan demikian, maka kualitas merupakan

faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan. Dan juga kualitas produk memiliki daya tarik bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, adanya hubungan timbal balik tersebut akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen, dan konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang mereka bayar (Satria T, Anggita P.L, Hazmanan K, 2021).

Menurut Utama (2020) mengemukakan bahwa keunggulan produk perbankan adalah kualitas pelayanan yang diberikan perbankan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan dan jasa diharapkan. Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan para nasabah menjadi tidak tertarik pada bank yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para nasabah akan menggunakan bank itu lagi (Rangkuti, 2014).

Adapun menurut Lupiyoadi (2013) produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Sesuatu hal yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk tersebut. Utamanya, pada produk jasa, tidak dikenal munculnya peralihan kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen, yang dimaksud dalam pembahasan produk jasa disini adalah total produk. Konsep tersebut dikenal sebagai konsep Total Produk yang terdiri atas (Widowati, 2018) :

- 1) Produk inti/generic (*Core Produk*), merupakan fungsi inti dari produk tersebut.
- 2) Produk yang diharapkan (*expected produk*)
- 3) Produk tambahan (*augmented produk*)
- 4) Produk potensial (*potential product*)

5. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Adapun aspek kualitas pelayanan menurut Lee dan Moghavvemi (2015) mengidentifikasi enam aspek kualitas pelayanan yang cocok untuk perbankan. Aspek ini digunakan untuk menangkap persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Enam aspek tersebut adalah:

- a. Bukti lansung (*Tangibles*), yang menilai sekitarnya fisik/ benda.

- b. Empati (*Emphaty*), yang menilai kemampuan dan usaha untuk memenuhi kebutuhan setiap nasabah bank.
- c. Keandalan dan keamanan (*Reliability and Security*) yang mengukur kemampuan bank untuk memberikan layanan secara akurat dan layanan yang aman.
- d. Harga (*Price*) yang mengukur biaya pengiriman jasa
- e. Perbankan Online (*Online Banking*) yang menilai kemudahan penggunaan layanan online bank.
- f. Kenyamanan (*Convenience*) yang menilai fasilitas ATM, lokasinya cabang, dan parker bank.

6. Pengertian Nilai Islam

Nilai islam merupakan suatu kepercayaan yang ada pada lingkup system keyakinan dimana seseorang berbuat atau menjauhi sebuah tindakan atau tentang sesuatu yang tidak pantas maupun pantas dilaksanakan. Dan islam secara etimologi islam, asal-usul kata, lughawi yang bersumber dari bersumber dari bahasa arab, salima yang memiliki arti yaitu selamat.

Sedangkan nilai islam dalam kamus bahas Indonesia, nilai Islam atau nilai keislaman adalah nilai keislaman merupakan bagian dari nilai material yang terwujud dalam kenyataan pengalaman rohani dan jasmani. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai islam adalah sifat-sifat dari ajaran Islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Nilai-nilai Islam bukan hanya mengatur hubungan dengan Allah, tapi juga hubungan antara manusia dengan manusia lainnya serta hubungan manusia dengan alam.

Menurut Karim (2014) nilai islam merupakan sifat dari apa yang telah diajarkan islam yang penting ataupun bermanfaat atau kemanusiaan. Nilai-nilai islam tidak hanya mengatur kaitannya terhadap Allah Swt, akan tetapi juga hubungan dengan manusia kepada manusia lainnya serta hubungan manusia kepada alam.

Dalam aspek perbankan, umat Islam juga dianjurkan untuk memilih bank yang beroperasinya dengan sistem syariah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sistem perbankan yang tidak menggunakan bunga/riba. Secara tegas di dalam Al Qur'an (Al-Qur'an, 2002) ditegaskan akan haramnya dan bahayanya riba.

“Disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. (QS. An Nisa:161)

7. Produk-produk Perbankan Syariah

Adapun produk perbankan syariah menjadi 3 macam yaitu (Karim, 2014):

- a. Prinsip jual beli, transaksi jual beli bisa digolongkan atas dasar pembayaran serta waktu penyerahan barangnya yaitu:
 - 1) Pembiayaan murabahah, murabahah berasal dari kata *ribhuu* atau margin, yaitu transaksi jual-beli kemudian bank menyebutkan margin. Bank berperan menjadi penjual kemudian nasabah adalah pembeli.
 - 2) Pembiayaan salam, salam adalah transaksi jual beli yaitu barang yang diperjual belikan tidak ada. Produk berikan secara tangguh dan pembayarannya dengan tunai. Bank berperan menjadi pembeli serta nasabah adalah penjual.
 - 3) Pembiayaan isthisna, produk isthisna kurang lebih sama pada produk salam, tetapi pada isthisna pembayarannya bisa dilaksanakan oleh bank pada beberapa pembayaran.
- b. Prinsip Sewa (Ijarah), transaksi ijarah berlandaskan pada pemindahan manfaat atau sam dengan prinsip jual beli, yang menjadi perbedaan yaitu hanya untuk objek transaksinya. Pada jual beli objek transaksi tersebut yaitu produk, tetapi untuk ijarah objek transaksinya yaitu jasa.
 - 1) Prinsip bagi hasil (Syirkah), menurut Zainuddin Ali (2018) perinsip bagi hasil : 1) Pembiayaan Musyarakah, berlandaskan dengan terdapat kemauman semua pihak yang bekerjasama dalam memajukan nilai asset yang merek punya secara bersama. 2) Pembiayaan Mudharabah, mudharabah merupakan bentuk kerja sama antar 2 orang ataupun lebih pihak.
- c. Akad Pelengkap
 - 1) Wiwalah atau pengalihan utang piutang, bertujuan dari fasilitas hiwalah menolong pemasok memperoleh modal tunai supaya dapat meneruskan produksi tersebut.

- 2) Rahn atau gadai, tujuan dari rahn yaitu memberi jaminan pembayaran kembali pada bank untuk memberikan pembiayaan.
 - 3) Qard atau pinjaman uang, Qard merupakan akad pinajaman yang harus dikembalikan dengan jumlah yang sama pada waktu yang disetujui.
 - 4) Wakalah atau perwakilan, yaitu pelaksanaan perbankan berlaku jika nasabah memberi kuasa pada bank dalam mewakilkan dirinya mengerjakan pekerjaan jasa tersebut, misalnua pembukuan L/C, Inkaso, serta transfer uang.
 - 5) kafalah (Garansi Bank), garansi bank bisa diberikan dengan tujuan dalam menjamin pembayaran sebuah kewajiban pembayaran.
- d. Penghimpunan dan (Funding), penghimpunan dana pada bank syariah banyak bentuknya misalkan giro, tabungan, serta deposito. Dalam operasional syariah yang di terapkan pada penghimpun dana atau funding masyarakat yaitu prinsip wadi'ah serta mudarabah (Ismail, 2016:).

8. Penerapan Nilai-nilai Islam dalam Perbankan Syariah

Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

Adapun yang mendasari hukum perbankan syariah adalah

مُجِبِّي غَيْرَ عَلَيْكُمْ يُتْلَى مَا إِلَّا الْأَنْعَامَ بِهَيْمَةَ لَكُمْ أَجَلْتُمْ بِالْعُقُودِ أَوْفُوا أَمْنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا
يُرِيدُ مَا يَحْكُمُ اللَّهُ إِنَّ حُرْمًا وَأَنْتُمْ الصَّيْدُ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (QS AlMaidah ayat 1).

Selain dari pada itu hal ini diperkuat kembali oleh hadis-hadis dari Rasulullah seperti hadis riwayat Muslim :

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَعَمْرُو النَّاقِدُ وَإِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ وَاللَّفْظُ لِابْنِ أَبِي شَيْبَةَ قَالَ إِسْحَاقُ أَخْبَرَنَا وَقَالَ الْآخِرَانِ حَدَّثَنَا وَكَيْعٌ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ خَالِدِ الْحَدَّاءِ عَنْ أَبِي قِلَابَةَ عَنْ أَبِي الْأَشْعَثِ عَنْ عِبَادَةَ بْنِ الصَّامِتِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الدَّهَبُ بِالدَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمَلْحُ بِالْمَلْحِ مِثْلًا بِمِثْلِ سَوَاءٍ بِسَوَاءٍ يَدًا بِيَدٍ فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ^٣

Artinya : Telah menceritakan kepada kami Abu bakar bin Abu Syaibah dan Amru An Naqid dan Ishaq bin Ibrahim dan ini adalah lafadz Ibnu Abu Syaibah, Ishaq berkata: telah mengabarkan kepada kami, sedangkan yang dua berkata : telah menceritakan kepada kami Waki' telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Khalid Al Khaddza' dari Abu Qilabah dari Abu Al Asy'ats dari Ubadah bin Shamit dari berkata, “ Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, tidak mengapa jika dengan takaran yang sama, dan sama berat serta tunai. Jika sejenis berbeda, maka juallah sesuka hatimu asalkan dengan tunai dan langsung serah terimanya”.

Menurut Musleehuddin (2014) menjelaskan perbankan syariah prinsip utamanya yaitu kegiatannya dilakukan atas larangan riba atau bunga pada seluruh formal transaksi, dalam mengaplikasikan bisnis serta kegiatan perdagangan atas dasar laba yang sah serta adil, pemberian zakat (pajak/sedekah), dilarang monopoli, serta koperasi untuk pengembangan bisnis demi kepentingan masyarakat secara halal.

Dalam melaksanakan kegiatannya, bank syariah menganut prinsip-prinsip yaitu:

- 1) Al-musawah atau kesederajatan adalah asas dimana semua pihak memiliki kesederajatan yang sama dalam mengatur untuk membuat suatu kontrak/janji.
- 2) Al-'adalah atau keadilan ialah prinsip yang berjalan pada sebuah perjanjian/kontrak, masing-masing pihak wajib jujur dalam mengungkapkan kehendak keadaan serta pemenuhan segala kewajibannya.
- 3) As-shidq atau kejujuran adalah asas yang melaksanakan bahwasnya pada perjanjian atau akad seluruh pihak harus berbuat benar serta jujur.

B. PENELITIAN YANG RELEVAN

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan/Perbedaan
1	Novita Sari, Studi Perbankan Syariah 2021.	Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo	Terdapat persamaan dalam jurnal ini dimana variabel X1,X2 dan Y dalam jurnal ini adalah Kualitas Produk, Penerapan Nilai Islam dan Kepuasan Nasabah.
2	Huri Safira, Studi Perbankan Syariah 2021	Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BSI Cabang Ratulangi Palopo)	Terdaapat persamaan dalam jurnal ini dengan penelitian ini, dimana jurnal dan penelitian sama-sama membahas mengenai kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat, dan keunggulan produk (X1) sebagai variabel bebas. Namun yang membedakan dalam jurnal ini adalah variabel penelitian dalam jurnal tersebut dengan Penerapan Islam (X2) sebagai variabel bebas

3	Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh, Journal of Islamic Manahement And Bussiner 2018.	<i>Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah</i>	Terdapat persamaan dalam jurnal dengan penelitian ini dimana jurnal dan penelitian ini sama-sama, membahas penerapan nilai-nilai islam sebagai variabel bebas. Namun terdapat perbedaan di dalam jurnal terhadap penelitian ini dimana loyalitas nasabah sebagai variabel terikat, sedangkan penelitian ini kepuasan nasabah sebagai Variabel Terikat.
4	Mhd. Rizky Al Akbar, Jurnal Ekonomi Islam 2017.	<i>Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balakota</i>	Terdapat persamaan dalam jurnal dengan penelitian ini dimana jurnal dan penelitian ini sama-sama membahas mengenai keunggulan produk sebagai variabel X1, Penerapan nilai islam X2 dan kepuasan nasabah sebagai variabel Y.
5	Arief Sandi Ariebowo, Skripsi Universitas Jember, 2016.	<i>Pengaruh Keunggulan Produk, Citra Dan Nilai Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank</i>	Terdapat persamaan dalam penelitian ini dimana membahas keunggulan produk dan penerapan nilai islam sebagai variabel bebas. Namun terdapat

		<i>Mandiri Syariah Cabang Jember</i>	perbedaan dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu citra dan keputusan menabung pada variabel terikat.
--	--	--	--

Sumber: Peneliti, 2025.

C. Kerangka Berpikir

Dari uraian diatas dapat diambil kerangka berfikir dalam penelitian ini dengan tujuan agar bahasan dalam penelitian ini lebih spesifik dan terarah dalam permasalahan serta mempermudah penyelesaian objek-objek yang diteliti.

Adapun pengertian kepuasan nasabah menurut pendapat Kotler (2014:63) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperolehnya. Dimana dapat diketahui bahwasanya kepuasan seorang nasabah akan berhubungan sangat erat dengan dua hal yaitu, harapan dan hasil yang diperoleh nasabah, yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami)

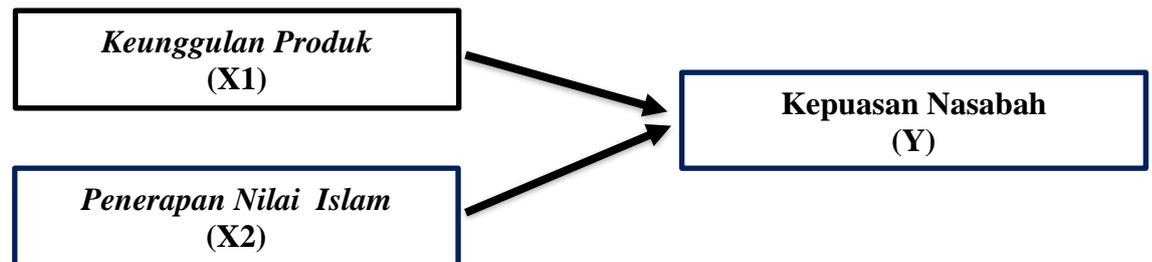
Adapun definisi keunggulan / kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Ketika nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberi nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan yang di berikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas ataupun keunggulan suatu perbankan dimana seluruh nasabah menemukan harapan dan kepuasan atas jasa yang diberikan oleh perbankan, dimana perbankan meningkatkan produk guna untuk memebuhi kebutuhan nasabah.

Dan juga penerapan nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dan kegiatannya dilakukan atas larangan riba atau bunga pada seluruh formal transaksi, dalam mengaplikasikan bisnis serta kegiatan perdagangan atas dasar laba yang sah serta adil, pemberian zakat (pajak/sedekah), dilarang

monopoli, serta koperasi untuk pengembangan bisnis demi kepentingan masyarakat secara halal.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap rumusan masalah. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori yang relevan bukan pada data empiris yang diperoleh melalui pengumpulan dan analisis data (Siadari & Lutfi, 2021). Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

H_a : Terdapat pengaruh keunggulan produk terhadap tingkat kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh keunggulan produk terhadap tingkat kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

2. Hipotesis Kedua

H_a : Terdapat pengaruh penerapan nilai islam banking terhadap tingkat kepuasan pelanggan BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh penerapan nilai islam banking terhadap tingkat kepuasan pelanggan BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

3. Hipotesis Ketiga

Ha : Terdapat pengaruh keunggulan peoduk dan penerapan nilai islam terhadap tingkat kepuasan pelanggan BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

H0 : Tidak terdapat pengaruh keunggulan peoduk dan penerapan nilai islam terhadap tingkat kepuasan pelanggan BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan jenis kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian di lapangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Dengan menentukan lokasi yang tepat maka penelitian yang dilakukan dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi tepatnya di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

2. Waktu penelitian

Table 3.1 Waktu Penelitian

No	Jadwal penelitian	Bulan /minggu																											
		Agt 2024				Sep 2024				Okt 2024				Nov 2024				Des 2024				Januari 2025				Februari 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																											
2	Penulisan Proposal			■	■	■	■	■	■																				
3	Bimbingan Proposal													■	■	■	■												
4	Seminar Proposal																	■											
5	Pengumpulan Data																					■							
6	Bimbingan Skripsi																									■	■	■	■
7	Sidang Skripsi																									■	■	■	■

Sumber: Peneliti, 2025.

C. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar yang berjumlah 834 orang. Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Karena dalam penelitian ini adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka tidak memungkinkan peneliti mengambil sampel dari populasi yang ada. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability* sampling atau penarikan sampel secara acak dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Responden tersebut adalah nasabah yang datang ke BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar dan bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah sampel atau responden ditentukan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = standar error

$$\frac{n = 834}{1 + 834 (0,10)^2}$$

$$\frac{n = 834}{1 + 834 (0,01)^2}$$

$$\frac{n = 834}{1 + 8,34}$$

$$\frac{n = 834}{9,34}$$

n = 89,29 di bulatkan menjadi 90.

Sehingga dapat dikatakan bahwa sampel penelitian ini berjumlah 90 nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar dari total populasi.

D. Variable Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Pada dasarnya variabel penelitian merupakan suatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi serta hasil pada penelitian yang kemudian menarik kesimpulannya variabel dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu :

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Keberadaan ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu variabel bebas yang terdiri Keunggulan Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Loyalitas Nasabah Menggunakan Kepuasan Nasabah(Y)

Berdasarkan hipotesis penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang secara operasional didefinisikan sebagai berikut :

- a. Keunggulan Produk (X1) merupakan seluruh nasabah menemukan harapan dan kepuasan atas jasa yang diberikan oleh perbankan, dimana perbankan meningkatkan produk guna untuk memebuhi kebutuhan nasabah.
- b. Penerapan Nilai Islam (X2) kegiatannya dilakukan atas larangan riba atau bunga pada seluruh formal transaksi, dalam mengaplikasikan bisnis serta kegiatan perdagangan atas dasar laba yang sah serta adil, pemberian zakat (pajak/sedekah), dilarang monopoli, serta koperasi untuk pengembangan bisnis demi kepentingan masyarakat secara halal.
- c. Kepuasan Nasabah (Y) adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperolehnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dipergunakan untuk menyusun skripsi ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Penelitian ke perpustakaan (*library research*) yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui perpustakaan untuk memperoleh sumber referensi baik berupa buku-buku teks, skripsi, jurnal, *E-Book*, dan sumber bacaan lainnya.

- b. Observasi yaitu cara pengumpulan data atau mencari informasi dengan cara terjun dan melihat langsung ke lokasi terhadap objek yang diteliti.
- c. Kuisioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pertanyaan kepada responden dengan harapan dapat memberikan jawaban atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika pilihan jawaban telah disediakan.

F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan instrumen data berupa alat ukur untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun data yang dikumpulkan menggunakan kuisioner dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert yaitu beberapa pertanyaan dalam mengukur sifat individu dengan merespon pertanyaan dari 5 (lima) titik pilihan pertanyaan seperti Sangat tidak setuju, Tidak setuju, Kurang setuju, dan Sangat setuju.

Tabel 3.2 Instrument skala likert

No	Pernyataan	skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Peneliti, 2025.

Skala yang digunakan untuk mengukur dan menilai jawaban atas respon seseorang yang didapatkan dengan skor yang telah ditentukan melalui tanggapan secara singkat dari beberapa pernyataan yang telah diajukan terhadap sampel.

Adapun indikator dalam penelitian ini dalam bentuk table sebagai berikut;

Tabel 3.3 Indikator Penelitian

No	Variabel	Pengertian	Instrumen
----	----------	------------	-----------

1	Keunggulan Produk Utama, 2020:30	Keunggulan produk perbankan adalah kualitas pelayanan yang diberikan perbankan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan dan jasa diharapkan.	Widowati, 2018:63 a. Produk inti/generic (<i>Core Produk</i>), merupakan fungsi inti dari produk tersebut. b. Produk yang diharapkan (<i>expected produk</i>) c. Produk tambahan (<i>augmented produk</i>) d. Produk potensial (<i>potential product</i>)
2	Penerapan Nilai-Nilai Islam, Musleehudd in 2014:65	Perbankan syariah prinsip utamanya yaitu kegiatannya dilakukan atas larangan riba atau bunga pada seluruh formal transaksi, dalam mengaplikasikan bisnis serta kegiatan perdagangan atas dasar laba yang sah serta adil, pemberian zakat (pajak/sedekah), dilarang monopoli, serta koperasi untuk pengembangan bisnis demi kepentingan masyarakat secara halal.	1) Al-musawah atau kesederajatan adalah asas dimana semua pihak memiliki kesederajatan yang sama dalam mengatur untuk membuat suatu kontrak/janji. 2) Al-'adalah atau keadilan ialah prinsip yang berjalan pada sebuah perjanjian/kontrak, masing-masing pihak wajib jujur dalam mengungkapkan kehendak keadaan serta pemenuhan segala kewajibannya. 3) As-shidq atau kejujuran adalah asas yang melaksanakan bahwasanya pada perjanjian atau akad seluruh pihak harus berbuat benar serta jujur.
3	Kepuasan Nasabah, Utama, 2020:24	Kepuasan seorang pelanggan tercipta pada masa transaksi atau menerima jasa, atau pengalaman pelayanan yang diterima dari penawar jasa, maka hal tersebut mampu mengakibatkan kepuasan pelanggan untuk memenangkan persaingan.	1) <i>Expectations</i> , Harapan nasabah terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum nasabah membeli barang atau jasa tersebut. 2) <i>Performance</i> , Pengalaman nasabah terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi harapan nasabah 3) <i>Comparison</i> , setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka nasabah akan membandingkan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja actual barang atau jasa tersebut. 4) <i>Confirmation</i> , Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman nasabah terhadap penggunaan merek atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman dari nasabah lain melalui penggunaan merek lain komunikasi dari bank serta nasabah 5) <i>Discrepancy</i> , Mengidentifikasi bagaimana perbedaan antara kinerja dengan harapan.

Sumber: Peneliti, 2025.

G. Uji Prasyarat

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata Validity, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008: 172). Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah korelasi product moment dari Pearson.

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut valid. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah hal yang menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, abilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Reliabilitas dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas Alpha.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik nonparametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi data normal atau tidak normal (Misbahuddin & Hasan, 2013: 278). Normalitas dalam penelitian ini dilihat dari normalitas nilai residual dengan menggunakan uji statistik berdasarkan nilai *Jarque Bera* (J-B) yang berpedoman dengan data yang dikatakan normal jika nilai *probability-value* $> 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak

terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model regresi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana, analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap loyalitas nasabah menggunakan mobile banking. Data yang diperoleh dilapangan nanti akan diolah menggunakan dengan SPSS (*Statistical Product And Service Solution*). Adapun metode statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis

Regresi linear adalah regresi linear dimana variabel terikatnya (variabel Y) dihubungkan dengan dua lebih variabel bebas (variabel X). Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta Interception

b = Koefisien Regresi

X_1 = Keunggulan Produk

X_2 = Penerapan Nilai Islam

e = error.

a. Uji f-test

Uji f-test merupakan uji satu arah antara variabel independen terhadap variabel dependen, dimana uji parsial tersebut dapat dilihat pada nilai t dalam olahan data spss T-test.

Uji t-test melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan dan seberapa besar variabel moderating memperkuat variabel independen terhadap variabel dependen.

Dimana untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan pengaruh nilai-nilai islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

b. Uji f-test

Uji f-test pada spss adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan atau secara keseluruhan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Selanjutnya, Fhitung dikonsultasikan dengan Ftabel dengan derajat kebebasan (dk) k lawan N-k 1 pada taraf signifikansi 5%. Apabila Fhitung lebih besar atau sama dengan dari Ftabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika Fhitung lebih kecil dari Ftabel maka pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.

Sehingga dapat diketahui pengaruh keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai-nilai islam (X2) terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

c. Uji R-Square (R^2)

Determinasi menunjukkan seberapa jauh kekuatan model dalam menerangkan variasi variabel dependenden (Y) dalam uji statis spss dengan melihat nilai R-square. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen (X) sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Sugiyono, 2012:185).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pendekatan Penelitian

1. Sejarah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Amanah Bangsa didirikan pada 7 Oktober 1992 di Pematang Siantar berdasarkan Akta Pendirian No. 12 yang dibuat oleh Notaris Adlin, SH. Setelah melalui beberapa perubahan akta, bank ini memperoleh persetujuan dari Departemen Kehakiman Republik Indonesia pada 27 Desember 1993 dengan nomor C2-14415.HT.01.01.TH.93. BPRS Amanah Bangsa mulai beroperasi pada 1 September 1994 setelah mendapatkan izin usaha dari Departemen Keuangan Republik Indonesia dengan nomor Kep-186/KM.17/1994 tanggal 12 Juli 1994.

Pada awal pendiriannya, BPRS Amanah Bangsa memiliki modal sebesar Rp50 juta dan aset senilai Rp98 juta pada akhir tahun 1994. Hingga awal tahun 2020, modal bank ini meningkat menjadi sekitar Rp7 miliar dengan total aset mencapai Rp70 miliar. Perkembangan signifikan terjadi sejak tahun 2013, di mana modal yang awalnya sekitar Rp564 juta dan aset sekitar Rp8 miliar mengalami peningkatan yang pesat dalam kurun waktu tujuh tahun. Rasio Non-Performing Financing (NPF) tetap terjaga di bawah 5%, dan Rasio Kecukupan Modal (CAR) berada di atas 20%.

Pada April 2015, BPRS Amanah Bangsa membuka kantor cabang di Pematang Siantar dengan tujuan mempermudah layanan bagi nasabah di wilayah tersebut.

Secara keseluruhan, BPRS Amanah Bangsa telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sejak pendiriannya, dengan peningkatan modal dan aset yang mencerminkan komitmennya dalam menyediakan layanan perbankan syariah kepada masyarakat.

2. Visi dan Misi BPRS Amanah Bangsa

Berdasarkan informasi yang tersedia, PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Amanah Bangsa memiliki visi:

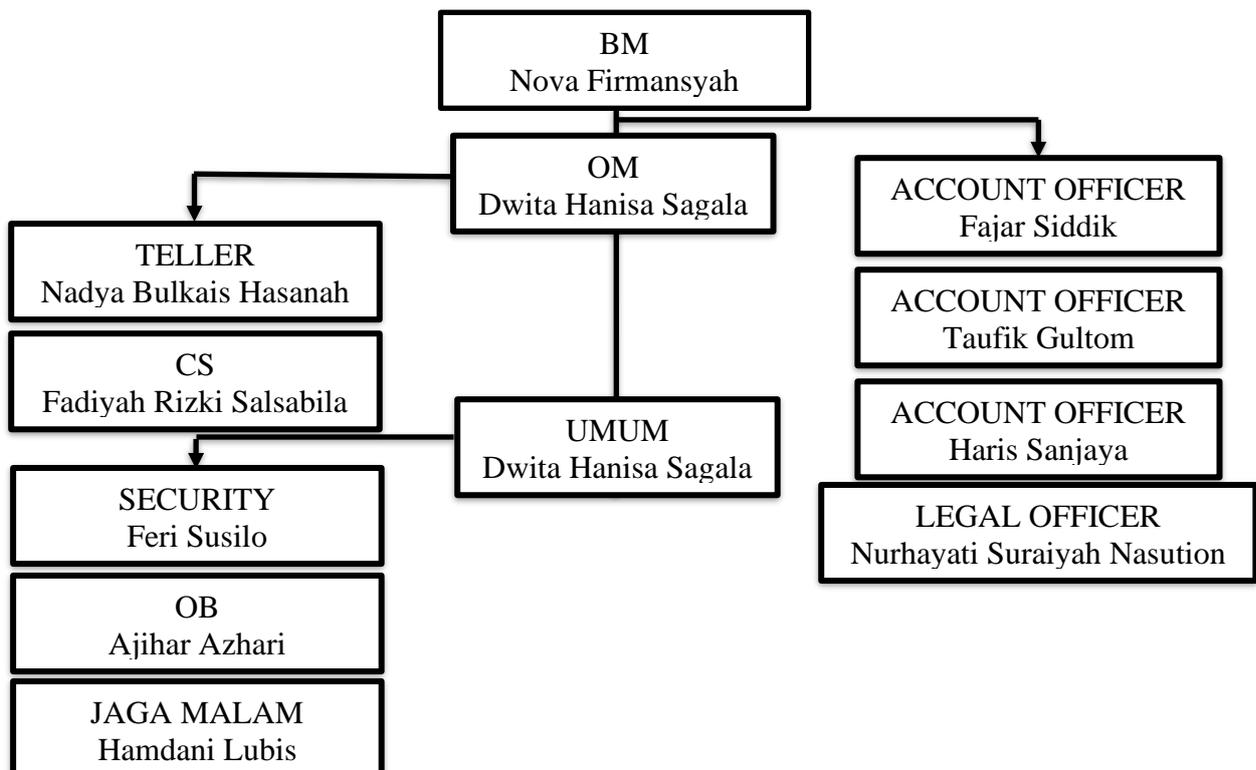
"Menjadi BPRS yang Bermanfaat & Turut Serta Membangun Perekonomian Ummat."

Untuk mencapai visi tersebut, BPRS Amanah Bangsa menetapkan misi sebagai berikut:

1. Peningkatan sumber daya insani sebagai modal dasar mencapai ridho Ilahi.
2. Peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah.
3. Peningkatan kualitas manajemen dan operasional.
4. Peningkatan peran serta dalam pengembangan ekonomi umat.
5. Peningkatan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap aspek operasional.

Misi-misi tersebut menunjukkan komitmen BPRS Amanah Bangsa dalam mengembangkan perbankan syariah yang profesional, berintegritas, dan berfokus pada pemberdayaan ekonomi umat.

3. Struktur Organisasi BPRS Amanah Bangsa



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPRS Amanah Bangsa
Pematang Siantar**

Sumber: BPRS (Pematang Siantar), 2025.

B. Deskripsi Identitas Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	34	37,7%
Perempuan	56	72,3%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, di ketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar berjumlah 90 responden, yang berjenis kelamin sebanyak 34 responden (37,7%), sedangkan berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 responden (72,3%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Distribusi responden nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden

Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase
Di Bawah 25	22	24.4%
26-35	23	25.6%
36-45	24	26.7%
46-55	15	16.7%
Di atas 56	6	6.7%
Jumlah	90	100.0%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, di ketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar berjumlah 90 orang berdasarkan usia, responden yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 22 responden (24.4%), responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 23 responden (25,6%), responden yang berusia 36-45 tahun sebanyak 24 responden (26,7%), responden yang berusia 46-55 tahun sebanyak 15 responden (16,7%), dan responden yang berusia diatas 55 tahun sebanyak 6 responden (6,7%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Distribusi responden nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar jenis pekerjaan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Deskripsi Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase	Keterangan
PNS	31	34.4%	Guru, BUMN
Karyawan	9	10.0%	Buruh pabrik, guru honorer, perusahaan
Wiraswasta dan IRT	18	20.0%	Pedangan, Pengusaha
Petani/Pengelola Sumber Daya Alam	32	35.6%	Petani/Pekebun
Jumlah	90	100%	

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, di ketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian nasabah BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar berjumlah 90 orang berdasarkan pekerjaan, responden yang berkerja sebagai PNS (Guru/BUMN) berjumlah sebanyak 31 responden (34,4%), responden yang berkerja sebagai karyawan (buruh pabrik, guru honorer dan perusahaan) berjumlah sebanyak 9 responden (10,0%), responden yang berkerja sebagai Wiraswasta/IRT (pedagang dan pengusaha) berjumlah sebanyak 18 responden (20.0%) dan responden yang berstatus sebagai Petani/Pengelola Sumber Daya Alam berjumlah sebanyak 32 responden (35,6%).

C. Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:177), instrument berupa uji validitas alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliabel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur data yang telah didapat setelah penelitian dengan cara penyebaran kuesioner. Valid artinya data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian. Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel intrernal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan.

Hasil perhitungan korelasi (r) atau corrected item-total correlation selanjutnya dibandingkan dengan r_{kritis} atau $r(\alpha, n-2)$, dimana α ditetapkan 5% dan N adalah jumlah responden. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid

Dalam penelitian ini pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan menguji kuesioner yang berisi 10 questioner yang diberikan kepada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 90 orang. Berikut akan di sajikan table hasil perhitungan uji validitas dari masing-masing variabel:

1) Keunggulan Produk (X1)

Variabel ini terdiri dari 10 item pernyataan yang di jawab responden, kemudian diolah dengan SPSS Versi 30.0.0 untuk melihat nilai r_{hitung} untuk di bandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hasilnya dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Keunggulan Produk (X1)

Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
P1	0,876	0,207	Valid
P2	0,860	0,207	Valid
P3	0,863	0,207	Valid
P4	0,849	0,207	Valid
P5	0,903	0,207	Valid
P6	0,750	0,207	Valid
P7	0,707	0,207	Valid
P8	0,844	0,207	Valid
P9	0,823	0,207	Valid
P10	0,838	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS Statistics 30.0.0.0 ; 2025

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai r_{tabel} untuk 90 sampel sebesar 0,207. Semua nilai pada kolom r_{hitung} ini lebih dari 0,207 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel Keunggulan Produk valid.

2) Penerapan Nilai Islam (X2)

Variabel ini terdiri dari 10 item pernyataan yang di jawab responden, kemudian diolah dengan SPSS Versi 30.0.0 untuk melihat nilai rhitung untuk di bandingkan dengan nilai rtabel. Hasilnya dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Penerapan Nilai Islam (X2)

Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
P1	0,850	0,207	Valid
P2	0,852	0,207	Valid
P3	0,812	0,207	Valid
P4	0,853	0,207	Valid
P5	0,808	0,207	Valid
P6	0,874	0,207	Valid
P7	0,839	0,207	Valid
P8	0,891	0,207	Valid
P9	0,842	0,207	Valid
P10	0,876	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS Statistics 30.0.0.0 ; 2025

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai rtabel untuk 90 sampel sebesar 0,207. Semua nilai pada kolom rhitung ini lebih dari 0,207 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel Penerapan Nilai Islam valid.

3) Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel ini terdiri dari 10 item pernyataan yang di jawab responden, kemudian diolah dengan SPSS Versi 30.0.0 untuk melihat nilai rhitung untuk di bandingkan dengan nilai rtabel. Hasilnya dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
P1	0,677	0,207	Valid
P2	0,741	0,207	Valid
P3	0,773	0,207	Valid
P4	0,739	0,207	Valid

P5	0,702	0,207	Valid
P6	0,741	0,207	Valid
P7	0,753	0,207	Valid
P8	0,719	0,207	Valid
P9	0,717	0,207	Valid
P10	0,673	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS Statistics 30.0.0.0 ; 2025

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai rtabel untuk 90 sampel sebesar 0,207. Semua nilai pada kolom rhitung ini lebih dari 0,207 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel Kepuasan Nasabah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu penelitian. Instrument yang reliabel adalah instrument yang apabila digunakan berulang kali mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016:177). Uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsisten dari jawaban-jawaban respon yang terdapat pada kuesioner.

Uji ini dilakukan setelah uji validitas yang dimana pernyataannya sudah valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika ralpha positif atau $> 0,7$, maka pernyataan reliable.
- 2) Jika ralpha negative atau $< 0,7$, maka pertanyaan tidak reliable.

Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik formula Cronbach Alpha dan dengan menggunakan program SPSS 30.0.0 for windows.

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability Statistics	Keterangan
Keunggulan Produk (X1)	0,7	0,951	Reliabel
Penerapan Nilai Islam (X2)	0,7	0,957	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,7	0,899	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS Statistics 30.0.0.0 ; 2025

Tabel Output SPSS Uji Reliabilitas

Tabel 4.8

a) Keunggulan Produk X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	10

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,951
Nilai ini jauh dari batas minimal reliabilitas 0,7.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	33.9667	27.066	.841	.943
P2	34.0667	27.681	.825	.944
P3	34.0333	27.471	.828	.944
P4	33.9889	27.607	.811	.945
P5	34.0222	26.359	.873	.942
P6	34.0111	28.573	.693	.949
P7	34.0222	29.235	.648	.951
P8	34.0556	27.424	.802	.945
P9	34.0111	27.607	.777	.946
P10	34.0222	27.191	.793	.945

b) Penerapan Nilai Islam X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.957	10

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,957
Nilai ini jauh dari batas minimal reliabilitas 0,7.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	34.8000	30.746	.813	.952
P02	34.8222	30.373	.813	.952
P03	34.7667	31.349	.769	.954
P04	34.7333	30.310	.813	.952
P05	34.7111	30.949	.760	.954
P06	34.6889	30.936	.844	.951
P07	34.6778	30.985	.800	.953
P08	34.7222	29.866	.861	.950
P09	34.7667	30.271	.799	.953
P10	34.7111	30.343	.843	.951

c) **Kepuasan Nasabah Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	10

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899

Nilai ini jauh dari batas minimal reliabilitas 0,7

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	34.7556	18.322	.590	.892
P02	34.5778	17.730	.663	.888
P03	34.6889	17.722	.707	.885
P04	34.6444	17.692	.660	.888
P05	34.6667	18.517	.630	.890
P06	34.7111	18.050	.671	.887
P07	34.6444	17.602	.677	.887
P08	34.6889	18.149	.643	.889
P09	34.7222	18.068	.638	.889
P10	34.7000	18.572	.593	.892

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai reliabilitas variabel (Cronbach's Alpha) > reliability statistics untuk kedua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Keunggulan Produk), X2 (Penerapan Nilai Islam) dan Y (Kepuasan Nasabah) dinyatakan reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi normal atau tidak. Selain itu, dapat juga menggunakan uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test. Berikut table hasil output normalitas dengan metode One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test dengan program SPSS versi 30.0.0, 2025.

Tabel 4.9 Uji Normality
Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		90	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.53846744	
Most Extreme Differences	Absolute	.053	
	Positive	.053	
	Negative	-.046	
Test Statistic		.053	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.767	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.756
		Upper Bound	.778

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

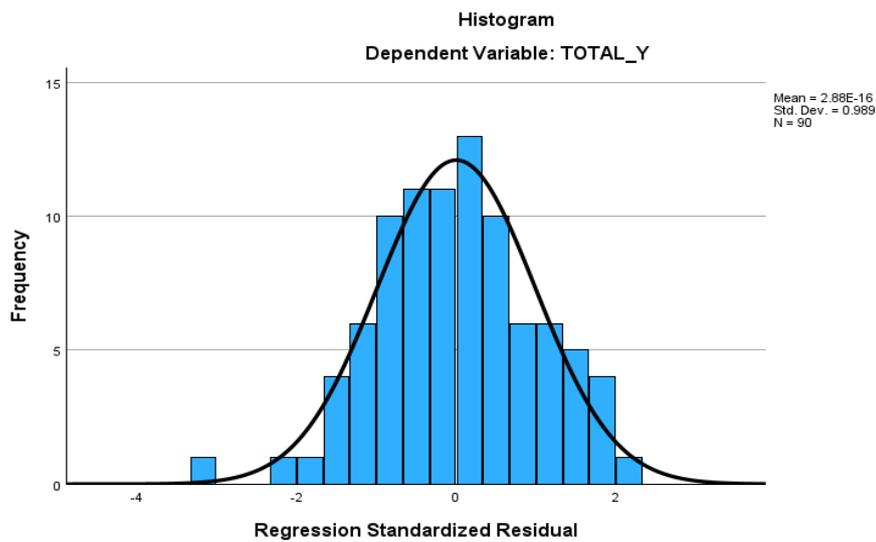
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver.30.0.0;2025

Sebagaimana pada table 4.9 bahwa nilai signifikan α sebesar 0.200 dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Grafik Histogram Uji Normalitas



Pada grafik histogram diatas memberikan pola yang melenceng ke kanan yang berarti menandakan grafik tersebut berdistribusi Normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah varians residual (error) model regresi konstan atau tidak. Kalau tidak konstan, maka terjadi heteroskedastisitas, yang melanggar asumsi klasik

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.235	.898		2.488	.015
	TOTAL_X1	-.029	.017	-.174	-1.648	.103
	TOTAL_X2	.001	.017	.008	.073	.942

a. Dependent Variable: ABS_RES

Melakukan regresi antara residual (X1) dan (X2), jika **p-value > 0,05**, maka tidak ada hubungan residual dan variabel bebas maka artinya tabel diatas menunjukkan X1 0,103 dan X2 0,942 dimana tidak ada heteroskedastisitas (*varian error tetap atau konstan*).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dengan analisis regresi akan diketahui seberapa pengaruh antara Keunggulan Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan program SPSS 30.0.0 hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.375	1.460		-.257	.798
	Keunggulan_Produk	.495	.028	.614	17.447	<.001
	Penerapan_Nilai_Islam	.523	.027	.684	19.425	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Diolah dengan SPSS ver.30.0.0; 2025

Dari hasil table 4.11 tabel koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang berada pada kolom B (koefisien). Standart persamaan regresi linear adalah dapat di peroleh sebagai berikut:

$$Y = - 0.375 + 0.348 (X1) + 0.334 (X2)$$

Dari hasil analisis regresi berganda di peroleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y) secara linear.

- a) Nilai konstanta yang di peroleh sebesar -0, 375 bisa diartikan bahwa variabel independen bernilai 0 (Konstan) maka variabel dependen bernilai -0, 375.
- b) Nilai koefisien regresi Variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,495 maka bisa di artikan bahwa variabel X1 meningkat maka Variabel Y juga akan meningkat.
- c) Nilai koefisien regresi Variabel X2 bernilai Positif (+) sebesar 0,523 maka bisa diartikan bahwa variabel X2 meningkat maka Variabel Y juga akan Meningkat

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara masing-masing terhadap variabel terikat:

Tabel 4.12

Uji t-test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.375	1.460		-.257	.798
	Keunggulan_Produk	.495	.028	.614	17.447	<.001
	Penerapan_Nilai_Islam	.523	.027	.684	19.425	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Diolah dengan SPSS ver.30.0.0; 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik maka dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa Kuualitas Produk didapatkan thitung sebesar 17,447 dan ttabel pada $df = n-k-1$ atau $90 - 2 = 87$ dan $\alpha = 5\%$ yaitu 1,987 dengan nilai signifikan 0,001. Karena nilai signifikan $0,001 < \alpha 5\% = 0,05$ dan nilai thitung $> t$ tabel menunjukkan bahwa H_a diterima yang menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

2) Pengaruh Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa Penerapan Nilai Islam didapatkan thitung sebesar 19,425 dan ttabel pada $df = n-k-1$ atau $90 - 2 = 87$ dan $\alpha = 5\%$ yaitu 1,987 dengan nilai signifikan 0,001. Karena nilai signifikan $0,001 < \alpha 5\% = 0,05$ dan nilai thitung $> t$ tabel menunjukkan bahwa H_a diterima yang menjelaskan bahwa variabel Penerapan Nilai Islam berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Uji f-test

Adapun hasil uji f-test untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4.13

Uji f-test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1749.747	2	874.874	361.325	<,001 ^b
	Residual	210.653	87	2.421		
	Total	1960.400	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penerapan_Nilai_Islam, Keunggulan_Produk

Sumber: Diolah dengan SPSS ver.30.0.0; 2025

Berdasarkan table 4.13 bahwa nilai hasil fhitung sebesar 361,325 dengan taraf signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan ftabel pada $df = n-k$ atau $90 - 3 = 87$ dan $\alpha = 5\%$ yaitu sebesar 3,95. Dengan demikian Fhitung $>$ Ftabel ($361,325 > 3,95$) sehingga hasil tersebut mengidentifikasi bahwa Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar.

c. Uji R-square (R^2)

Uji R-square (R^2) digunakan untuk mengetahui bagaimana kontribusi atau kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Ketentuan nilai R^2 antara 0-1, jika R^2 mendekati 0 maka kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

Tabel 4.14

Uji R-square (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.893	.890	1.55605

a. Predictors: (Constant), Penerapan_Nilai_Islam, Keunggulan_Produk

Sumber: Diolah dengan SPSS ver.30.0.0; 2025

Berdasarkan tabel 4.14 bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0,893 Dengan demikian menunjukkan Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) secara bersama - sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar sebesar 89,3% sedangkan sisanya 10,3% yang dipengaruhi oleh faktor – faktor di luar penelitian.

D. Interpretasi Hasil Analisis Data

Dari penelitian ini terlihat bahwa variabel kualitas produk dan penerapan nilai Islam memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Nilai $t_{hitung} = 17,447$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,987$ dengan $p = 0,001 (< 0,05)$. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan BPRS Amanah Bangsa, semakin tinggi kepuasan nasabahnya. Dengan kata lain, keunggulan produk memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Samsul, (2022) menemukan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hal ini juga akan menimbulkan peningkatan penjualan seperti yang di temukan oleh Putri & Istiana (2024) yaitu keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Nilai $t_{hitung} = 19,425$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,987$ dengan $p = 0,001 (< 0,05)$. Artinya, semakin baik penerapan nilai-nilai Islam dalam layanan perbankan syariah, semakin meningkat kepuasan nasabah. Hal ini mencerminkan bahwa nasabah BPRS Amanah Bangsa sangat mempertimbangkan prinsip syariah dalam menilai kualitas layanan bank. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Samsul, (2022) menemukan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Adenan et al., (2021) yaitu kualitas pelayanan islam berpengaruh terhadap loyalitas

Nasabah compliance, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan fasilitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Syariah Bhakti Sumekar Jember.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dengan $F_{hitung} = 361,325$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,95$ dan $p = 0,001$ ($< 0,05$). Ini berarti bahwa kedua variabel independen (Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam) secara kolektif mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di BPRS Amanah Bangsa. Dengan demikian, strategi peningkatan kepuasan nasabah harus mempertimbangkan peningkatan kualitas produk serta implementasi nilai-nilai Islam dalam layanan perbankan.

Nilai R^2 sebesar 0,893 (89,3%) menunjukkan bahwa 89,3% variasi dalam Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam. Sisanya 10,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor harga, pelayanan pelanggan, lokasi, promosi, dan faktor ekonomi lainnya. Nilai R^2 yang tidak terlalu tinggi mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain yang turut berperan dalam menentukan kepuasan nasabah.

Namun, masih ada faktor lain di luar penelitian ini yang turut mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga bank perlu melakukan kajian lebih lanjut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Interpretasi ini memberikan wawasan bahwa perbankan syariah yang berfokus pada keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai Islam memiliki peluang besar untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk dan penerapan nilai islam memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. Hal ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 17,447 > t_{tabel} = 1,987$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa Penerapan Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 19,425 > t_{tabel} = 1,987$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, penerapan nilai-nilai Islam dalam layanan perbankan syariah menjadi faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan), Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan $F_{hitung} = 361,325 > F_{tabel} = 3,95$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi bersama dalam meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Amanah Bangsa.

Nilai R^2 sebesar 89,3% menunjukkan bahwa 89,3% variasi Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam, sedangkan 10,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor lain yang mungkin berpengaruh dapat mencakup harga, pelayanan pelanggan, kemudahan transaksi, dan faktor eksternal lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Amanah Bangsa Pematang Siantar. BPRS Amanah Bangsa sebaiknya terus meningkatkan kualitas produk perbankan syariah yang ditawarkan, baik dalam bentuk layanan tabungan, pembiayaan, maupun produk investasi. Meningkatkan komitmen dalam penerapan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek operasional, terutama dalam transparansi akad, kejujuran dalam transaksi, serta prinsip syariah dalam layanan pembiayaan. Mengingat 89,3% kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas produk dan penerapan nilai Islam, maka BPRS Amanah Bangsa perlu mengidentifikasi faktor lain yang juga berkontribusi terhadap kepuasan nasabah, seperti harga layanan, kecepatan transaksi, lokasi kantor, maupun sistem reward untuk nasabah loyal. Melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga strategi peningkatan layanan dapat dilakukan secara lebih menyeluruh.

2. Bagi Universitas

Pada penelitian ini dapat kiranya dikembangkan oleh penelitian selanjutnya dengan berbagai macam variabel ataupun metode yang dapat digunakan agar kajian tentang kualitas produk dan penerapan nilai islam bagi kalangan mahasiswa lebih beragam sehingga menambah pemahaman terhadap kepuasan nasabah perbankan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini dapat kiranya dikembangkan oleh penelitian selanjutnya dengan berbagai macam variabel ataupun metode yang dapat digunakan agar kajian tentang kualitas produk dan penerapan nilai islam. Dan penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel, memperdalam metode penelitian, memperluas area studi, serta menggunakan teknik analisis yang lebih kompleks agar hasil penelitian semakin relevan dan dapat memberikan kontribusi lebih besar bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Adenan, Moh., Febiatillah, Syara Aulia., & Munir, Akmad. (2021). Analisis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Jember. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2021, Volume 8 (2): 150-157.

Ali, Zainuddin. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. Antonio, M.

A. Karim Adiwarna, 2014. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada .

Dedek Kurniawan Gultom*, Muhammad Arif, Muhammad Fahmi, Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan,

MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen e-ISSN 2623-2634, Volume 3, Nomor 2 , September 2020.

Faris Rizal Sendekia Utama, Mustika Widowati, 2018, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Bni Syariah Kantor Cabang Semarang. Jurnal Sains Ekonomi dan perbankan Syariah Vol.8 No.2.

Fauzan, Muhammad Assydik., & Samsul. (2022). Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar). IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal Volume 2, Nomor 2, Juni (2022), h. 103-118.

Hartawan, Dedi. Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang). I-Economic Vol.3. No 2. Desember 2017

I. Hayati. Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Aghniya Jurnal Ekonomi Islam ISSN 2656-5633 (Online) Vol. 1. Nomor.2. Juni 2019

Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ismail, Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah, Jakarta: Prenada Media

- Group. 2010.
- Ismail, 2016. perbankan Syariah. Jakarta: Kencana
- Kasmir. (2005). Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2012. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Kasmir, Bank dan Lembaga keuangan Lainnya, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2016), Marketing Management. Fifteenth Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Lee, Siew. P., & Sedigheh Moghavvemi, (2015), "The Dimension of Service Quality And Its Impact On Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty: A Case Of Malaysian Banks". *Internasional Journal Of Businees And Accounting* 8 (2).
- Musleehuddin, Muhammad. Sistem Perbankan dalam Islam, Jakarta: Rienak Cipta, 2014.
- Mutiah Khaira Sihotang. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*. Vol 01. No. 02, 2020
- Nur Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Pradipta Utama, Andyan. (2020). Nasabah & Bank: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pemegang Kartu Kredit Di Indonesia. Jawa Tengah: Amreta Media.
- Putri, Riskia., & Istiana. (2024). Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Barokah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bprs Bhakti Sumekar Kcp. Legung Sumenep. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 10 No. 2 (2024) Hal 343-362, ISSN.
- Rangkuti, F. (2014), Measuring costumer satisfaction: teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. Jakarta: Gramedia Oustaka Utama.
- S. Pohan, Dosen FAI UMSU Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad* Vol. 8 No. 2 Desember 2016: 102 – 119.

- Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, Hazmanan Khair. Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 5, (1), 2021, 67-86 e-2579-9401, p-2579-9312.
- Setyawan, Bagus Dwi. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono, (2014) *-Metode-Penelitian-Pendidikan- (Pendekatan-Kuantitatif,- Kualitatif,-dan-R&D)*, Bandung:-Alfabeta
- Syafi'i. (2000). *Bank Islam: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zainuddin Ali, 2018. *Hukum Perbankan Syariah* , Jakarta Sinar Grafika

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

PT. BANK PEREKONOMIAN RAKYAT SYARIAH
AMANAH BANGSA



Pematangsiantar, 21 Januari 2025

Nomor : 002/BPRS-AB-KCPS/1/2025
Lamp : -
Perihal : Peretujuan Izin Riset

Kepada Yth :
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
Jl. Mukhtar Basri No. 3 Medan
Telp. (061) 6622400 - 66224567

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga kita dalam menjalankan amal ibadah dan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan petunjuk dari Allah SWT. Amin.

Berdasarkan Surat Nomor : 404/II.3/UMSU-01/F/2024 Tanggal 18 Desember 2024 perihal Permohonan Izin Riset Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakustas Agama Islam dengan mahasiswa yang namanya tersebut dibawah ini :

Nama : Dimas Rizky Muharram
NIM : 1801270035
Program Studi : Perbankan Syariah
Semester : VIII (delapan)
Alamat : Dusun II Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat kami setujui untuk melaksanakan Riset di PT. BPRS Amanah Bangsa Kantor Cabang Pematangsiantar pada tanggal 22 Januari 2025. Untuk itu diharapkan kepada mahasiswa tersebut diatas agar dapat mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku di PT. BPRS Amanah Bangsa.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



