

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEUNGGULAN PRODUK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT BALAIKOTA
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah**

Oleh

FITRI

NPM:1901280093



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini dipersembahkan kepada seluruh
keluargaku

Ayahandaku Jumal

Ibunda Suriati

Kakek dan Nenek-ku Yang paling
kusayangi Adik Staqif Muz Faqar

Seluruh Paman-paman dan

bibi-bibiku Seluruh

Sepupu-sepupuku

Sahabat-sahabatku

terkasih

Tak lekang senantiasa memberikan doa dan dukungandemi kesuksesan
dan keberhasilan bagi diriku

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan
itu ada kemudahan*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri
NPM : 1901280093
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Balaikota Medan” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 16 Maret 2023



Fitri

NPM:1901280093

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEUNGGULAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT BALAIKOTA MEDAN**

Oleh :

FITRI

NPM : 1901280093

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 16 Maret 2023

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag,MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

SURAT PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Medan, 16 Maret 2023

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi a.n. Fitri

**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 **Fitri** yang berjudul **"Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan"**. Maka saya berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah saya sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag,MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Fitri
NPM : 1901280093
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

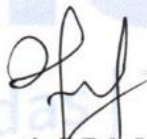
Medan, 30 Maret 2023

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag,MA

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Fitri
NPM : 1901280093
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Balaikota Medan

Medan, 16 Maret 2023

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag,MA

Disetujui Oleh:
Ketua Program Studi



Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU

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/II/2019
Pusat Administrasi, Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [@](#) umsumedan [t](#) umsumedan [v](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKripsi

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

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S.Ag,MA

Nama Mahasiswa : Fitri
 Npm : 1901280093
 Semester : VII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
06/03/2023	-Tentukan data karakteristik responden -Rensis. deskripsi variabel	<i>[Signature]</i>	
09/03/2023	Tentukan referensi pada bab IV	<i>[Signature]</i>	
14/03/2023	-Rensis abstrak -Rensis kesimpulan dan saran	<i>[Signature]</i>	
14/03/2023	ACE swing raji hja	<i>[Signature]</i>	

Medan, 16 Maret 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan
[Signature]
Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
[Signature]
Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi
[Signature]
Uswah Hasanah, S.Ag,MA

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 : Fitri
NPM : 1901280093
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 11/05/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
PENGUJI II : Mutiah Khaira Sihotang, MA



PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Percaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN

BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK

INDONESIA

Nomor: 158

th.1987 Nomor:

0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinann huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Komater balik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monnoflong dan vokal rangkap atau diflong :

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dammah	U	u

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ي <u> </u>	Fathah dan ya	Ai	A dan i
و <u> </u>	Kasrah dan waw	Au	A dan u

Contoh :

- Kataba : كتب
- Fa'ala : فعل
- Kaifa : كيف

c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي / ا <u> </u>	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي <u> </u>	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و <u> </u>	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ : قال
ما ر : ما
قَالَ : māra
قال

d. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1) *Ta marbutah* hidup

ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah, kasrah, dandammah*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbutah* mati

ta marbutah mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

- *raudah al-atfal* : لِرَوْضَةِ الْاِطْفَالِ
- *al-Madinah al-munawwaroh* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
- *talhah* : طَلْحَةَ

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- *rabbana* : رَبَّنَا
- *nazzala* : نَزَّلَ
- *al-birr* : الْبِرَّ
- *al-hajj* : الْحَجَّ
- *nu'ima* : نَعْمَ

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsyah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsyah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : الرجل
- as-sayyidatu : السيدة
- asy-syamsu : الشمس
- al-qalau : القلم

الجالل : - al-jalalu

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta'khuzuna : ناخذون
- an-nu' : النوع
- syai'un : شيء
- inna : ان
- umirtu : امرت
- ukulu : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim di rangkakan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkakan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya : huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dalam permulaan kalimat. Bilamana itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz'unzilafihil-Qur'an
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Nasrunminallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Fitri, 1901280093, Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakngkan oleh selain menerapkan pelayanan yang terbaik, Bank Muamalat Balaikota Medan selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya. Keunggulan produk diciptakan Bank Muamalat Balaikota Medan tersebut. Kualitas pelayanan dan kualitas keunggulan produk bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari hasil angket yang telah disii oleh nasabah Bank Mumalat Balaikota Medan yang menjadi sampel penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $-6,723 > 2,021$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $13,324 > 2,021$ sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel keunggulan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah Uji F_{hitung} menunjukkan bahwa pelayanan dan keunggulan produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $107,897 > 3,22$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Pelayanan, Keunggulan Produk, Kepuasan Nasabah*

ABSTRACT

Fitri, 1901280093, The Influence of Service and Product Excellence on Customer Satisfaction at Bank Muamalat Balaikota Medan

The background of the research in this thesis is that in addition to implementing the best service, Bank Muamalat Balaikota Medan always strives to provide quality and superior products compared to products owned by other banks as competitors. Product excellence was created by Bank Muamalat Medan City Hall. Quality of service and quality of product excellence for customers can affect customer satisfaction. In the long term, customer satisfaction can be the main goal for marketing strategy planners in banking. The data used in this research is primary data obtained from the results of a questionnaire that has been filled out by the customers of Bank Muamalat Balaikota Medan who are the research samples. The number of samples in this study shows that service has an effect on customer satisfaction $t_{count} > t_{table}$ of $4.310 > 2.021$ so it can be concluded that the service variable has a positive effect on customer satisfaction, the result is that the value of $t_{count} > t_{table}$ is $4.419 > 2.021$ so it can be concluded that the product excellence variable has a positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction. The F_{count} test shows that service and product excellence jointly affect customer satisfaction $12.221 > 3.22$ and a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : *Service, Product Excellence, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkah limpahan rezeki, kesehatan, rahmat dan karunia Nya, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak menghadapi hambatan, baik dari segi teknis, waktu, tenaga serta biaya.

Namun dengan petunjuk dari Allah SWT serta bantuan bimbingan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak, maka penulisan proposal ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada kedua orang tua saya , **Ayah Jumal dan Ibu Suriati** yang selalu mendoakan dan selalu memberi semangat kepada penulis berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta do'a yang tulus serta saya juga ingin mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri **Fitri** yang telah sabar, kuat dan semangat berusaha untuk terus belajar banyak hal, berproses menjadi versi terbaik diri sendiri, dan sudah bekerja keras menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari adanya bantuan, doa, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP.** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA.,** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Bapak Dr. Zailani, MA.,** selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Bapak Dr.Munawir Pasaribu, MA.,** selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. **Ibu Isra Hayati, S.Pd., M.Si.,** selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk keberhasilan saya dan juga keberhasilan penyusunan skripsi ini.
6. **Bapak Syahrul Amsari, SE,Sy., M.Si.,** selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
7. Ibu Uswah Hasanah, S.Ag, MA selaku Dosen pembimbing yang telah membantu, mengkoreksi serta memberi masukan untuk skripsi ini.
8. Seluruh Bapak / Ibu dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh Bapak/Ibu Bank Muamalat Balaikota Medan terutama kepada bapak M.Ziqri Anhar Nasution yang telah membantu untuk penelitian skripsi di Bank Muamalat Balaikota Medan.
10. Adik Staqif Muz Faqar yang sudah membantu dalam membaca penelitian terdahulu dan salalu memberi semangat
11. Untuk orang terkasih Ahmad Muhajir yang telah memberi semangat dan dukungan untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku dan serta teman-teman MBS,Fina Sabrina, Lailatul Husna, Indah Pratiwi, yang selalu menemani, memberi semangat dan membantu proses daalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan sehingga hasilnya masih jauh dari sempurna, baik dari pemilihan bahasa maupun sistematika penulisannya, namun penulis mengharapkan bantuan berupa saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dan mutu penulisan skripsi ini kedepannya. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan pembaca khususnya, serta mendapat keridoan Allah SWT.

Amin.... Yaarabbal 'Alamin

Medan, 20 Januari 2023

Penulis



Fitri

1901280093

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORETIS	8
A. Kajian pustaka	8
1. Pelayanan	8
a. Pengertian Pelayanan	8
b. Karakteristik Pelayanan	10
c. Dimensi Pelayanan.....	11
d. Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	12
e. Indikator pelayanan.....	15
2. Keunggulan produk	15
a. Pengertian Produk	15
b. Dimensi Kualitas Produk	17
c. Tingkatan Produk dan Jasa.....	19
d. Produk Penyaluran Dana.....	21
e. Produk Bank Muamalat.....	23
f. Indikator Keunggulan Produk.....	24
3. Kepuasan nasabah	24
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	24
b. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Produk.....	26
c. Dimensi Kualitas Produk	27
d. Indikator Kepuasan Nasabah.....	28

B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu penelitian	32
C. Populasi dan sampel	34
D. Variabel penelitian dan definisi operasional penelitian	35
E. Teknik pengumpulan data	37
F. Instrument penelitian	39
G. Uji prasyarat	39
H. Teknik analisis data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi institusi	43
B. Deskripsi karakteristik responden	55
C. Deskripsi variabel	58
D. Pengujian persyaratan analisis data	66
E. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 3.1	Lokasi Dan Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2	Variabel Operasional Independen Dan Skala	35
Tabel 3.3	Variabel Operasional Dependen Dan Skala	36
Tabel 3.4	Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	37
Tabel 4.1	Karakteristik Respon Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.5	Pernyataan 1	59
Tabel 4.6	Pernyataan 2.....	59
Tabel 4.7	Pernyataan 3.....	59
Tabel 4.8	Pernyataan 4.....	60
Tabel 4.9	Pernyataan 5.....	60
Tabel 4.10	Pernyataan 6.....	60
Tabel 4.11	Total 7	61
Tabel 4.12	Pernyataan 8.....	62
Tabel 4.13	Pernyataan 9.....	62
Tabel 4.14	Pernyataan 10.....	62
Tabel 4.15	pernyataan 11	63
Tabel 4.16	Pernyataan 12.....	63
Tabel 4.17	Total 13	63
Tabel 4.18	Pernyataan 14.....	64

Tabel 4.19 Pernyataan 15	64
Tabel 4.20 Pernyataan 16	65
Tabel 4.21 Pernyataan 1	65
Tabel 4.22 Pernyataan 1	65
Tabel 4.23 Total 1	66
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Pelayanan X1	67
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk X2	68
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah Y	69
Tabel 4.27 Hasil Uji Reabilitas	71
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.29 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	74
Tabel 4.30 Hasil Uji T	76
Tabel 4.31 Hasil Uji Simultan	77
Tabel 4.32 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi)	77

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Gambar 4.1	skema Aplikasi Bank Generasi	30
Gambar 4.2	Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.3	Uji Normalitas	72
Gambar 4.4	Uji Heterokedasitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Tabel	Halaman
	Lampiran Output SPSS	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi saat ini, perkembangan dunia semakin lama mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Menghadapi perubahan dan perkembangan zaman yang sangat pesat, sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi hal yang paling utama bagi perusahaan agar dapat mempertahankan perusahaannya, terutama dari banyaknya pesaing lainnya yang semakin ketat dan tajam. Menghadapi persaingan yang semakin tajam, peran sumber daya manusia yang berkualitas akan sangat membantu pencapaian tujuan perusahaan. Memiliki sumber daya yang berkualitas dapat membantu pemanfaatan kemajuan teknologi dalam menghadapi persaingan usaha, untuk menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan.

Pendirian perbankan syariah awalnya meragukan, banyak beranggapan bahwa system perbankan bebas bunga (*interest free*) merupakan sesuatu yang tidak mungkin dan lazim. Ketika Indonesia dilanda krisis moneter 1997 dan adanya kebijakan Bank Indonesia untuk menerapkan *tigh money policy* dengan menetapkan bunga simpanan 70%, membuat dunia perbankan panik. Di sisi lain bank Indonesia berhasil menyedot uang masuk kembali system perbankan, sehingga bisa menekan spekulasi yang meningkatkan pembelian dollar. Dampak negative spread tersebut ternyata tidak mempengaruhi kinerja Bank Muamalat yang menjalankan *zero interest* atau tanpa bunga. Bank Muamalat terhindar dari kerugian akibat spekulasi di pasar uang, karena tidak adanya transaksi derivative. Dengan keyataan ini bukan berarti Muamalat tidak terkena dampak dari krisis ekonomi, Mumalamat memang bisa bertahan dari krisis namun kinerjanya mengalami penurunan. Pada tahun 1998, Muamalat mengalami kerugian operasional hingga Rp.105 milyar. Namun dengan kinerja yang meraka tingkatkan maka Bank Muamalat mampu mengembalikan modal yang merosot(Ummah & Suprpto, 2020) .

Bagi dunia perbankan, khususnya di Indonesia semaraknya kegiatan perbankan baru dilakukan di era tahun 1980-an. Sebelumnya, dunia perbankan di Indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank. Setelah didirikannya Bank muamalat pada tahun 1992 Perbankan Syariah di Indonesia semakin di perkenalkan dan di pahami keberadaannya. Masyarakat pun semakin merasakan manfaatnya perbankan ini, semakin kuat dukungan dari pemerintah, dunia usaha maupun perbankan konvensional untuk memperluas jaringan Perbankan Syariah sehingga semakin berkembang. Kemudian disusul Bank Syariah Mandiri dan bank-bank syariah lainnya hingga sampai sekarang.

Bank sebagai lembaga intermediasi, menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Dalam lembaga syariah tidak terdapat system Bunga karena prinsip operasionalnya menggunakan bagi hasil. Keberadaan Bank Syariah dalam sistem perbankan di Indonesia sebenarnya telah berkembang sejak tahun 1992 sejalan dengan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan. Karena belum secara tegas mengatur mengenai pengembangan lembaga keuangan tersebut, melainkan hanya mengenai system bagi hasil. Oleh karena itu pada tahun 1998 dilakukan amandemen Undang-undang tentang Perbankan Syariah No.10 tahun 1998 yang berisi tentang peningkatan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat (Sihombing & Nuraeni, 2019). Terbentuknya UU No 19 tahun 2008 tentang surat berharga syariah Negara (SBSN) dan UU No 21 tahun 2008 tentang tentang perbankan adalah wujud peran serta pemerintah dan masyarakat. Prinsip utama yang dijadikan landasan dalam operasional lembaga keuangan syariah lain (1). Bebas dari unsur maisir, gharar, dan riba; (2). Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan pada perolehan yang sah menurut syariah islam (Aprilia Putri Ningtias, 2020).

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah tidak cukup hanya berlandaskan Undang-undang saja tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa

perbankan. Bank Syariah dalam hal layanan kepada masyarakat jenis produk atau jasa yang di tawarkan perlu ditingkatkan. Dalam Al-Quran Surat Al-Imron ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mu'min (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (pelanggan).

Pelayanan sangat penting dilakukan pada sector perbankan khususnya perbankan syariah. Pelayanan merupakan perilaku bank dalam dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Pada teller kurangnya karyawan dalam melayani nasabahnya, karena seandainya nasabah banyak yang melakukan transaksi teller hanya satu dan dua maka nasabah merasa bosan menunggu antrian yang panjang tersebut. Hal yang penting dalam suatu bank adalah kualitas pelayanan yang diberikan, nasabah akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan itu baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan dari baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan. (Oktaviani Satriyanti, 2012) .

Selain pelayanan yang baik produk yang unggul juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sector perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produk masing-masing. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Adapun, produk yang di inginkan nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank yang lain. Tidak hanya itu, agar bisa tetap bertahan menghadapi persaingan yang semakin ketat antar perbankan, bank-bank syariah harus terus melakukan berbagai inovasi, termasuk mendesain berbagai produk, bank penghimpunan dana maupun pembiayaan semenraik mungkin (AK & Agus, 2020) .

Demikian pula pada PT Bank Muamalat Balaikota Medan mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. Salah satu produk yang dikeluarkan oleh PT Bank Muamalat Balaikota Medan adalah tabungan iB muamalat dimana tabungan ini menggunakan akad *mudharabah*. Tabungan iB Muamalat ini dapat digunakan untuk

memenuhi kebutuhan transaksi dan belanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat sebagai macam program subsidi belanja di *merchant* local dan luar negeri (AK & Agus, 2020).

Hadirnya tabungan iB Muamalat dengan berbagai fasilitasnya diharapkan dapat memenuhi kepuasan yang diinginkan nasabah. Namun dalam hal ini kepuasan nasabah tidak mudah untuk dicapai karena setiap nasabah memiliki standar kepuasan yang berbeda-beda. Dari banyaknya temuan-temuan empiris yang menegaskan bahwa adanya pengaruh-pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan kajian secara mendalam, khususnya untuk menjawab permasalahan tentang keunggulan produk tabungan Ib.

Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah prioritas utama Bank Muamalat Balaikota Medan agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Medan. Untuk mempertahankan nasabahnya, Bank Muamalat Balaikota Medan menerapkan pelayanan terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya, Bank Muamalat Balaikota Medan memiliki standart yang sama dalam mengukur pelayanan yang baik.

Bedasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Bedasarkan uraian di atas, peneliti inginmeneliti tentang pelayanan dan keunggulan produk yang di miliki Bank Muamalat Balaikota Medan. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Balaikota Medan”**

B. Identifikasi Masalah

Badasarkan uraian dari latar belakang diatas, sehubungan dengan mempengaruhi kepuasan para nasabah dan calon nasabanya agar tidak terlepas dari masalah-masalah yang di hadapi Oleh Bank Muamalat Balaikota Medan. Maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian yaitu:

1. Masih kurangnya pelayanan terhadap nasabahnya
2. Masih kurangnya sosialisasi keunggulan produk Bank Muamalat kepada nasabahnya
3. Masih kurangnya minat menabung di Bank Muamalat

C. Rumusan Masalah

1. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan?
2. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan?
3. Apakah pelayanan dan keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan.

E. Manfaat Penelitian

Apabila tujuan penelitian ini tercapai maka penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Pengertian ini secara teoritis bahwa pelayanan dan keunggulan produk sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga kedua variabel tersebut harus diterapkan secara bersamaan guna tercapai tujuan kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang manajemen bisnis syariah.

b. Bagi Bank Muamalat Balaikota Medan

Temuan diharapkan dapat berguna bagi pihak Bank Muamalat Balaikota Medan untu mendapat meningkatkan kualitas pelayanan jasanya terhadap nasabahnya, agar dapat lebih menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan perusahaannya agar berhasil menjadi manajemen bisnis syariah yang telah diimpi-impikan oleh masyarakat.

c. Bagi Fakultas Agama Islam

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang sangat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang lembaga keuangan syariah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyelesaian dari dari penelitian ini, maka penulisan menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum untuk memberikan tentang arah penelitian yang di lakukan, meliputi : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini menerapkan teori teori dari hasil penelitian terdahulu relavan meliputi : Kajian Pustaka, Kajian Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini pada dasarnya mengungkapkan sejumlah cara yang memuat uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional, yang meliputi : Pendekatan Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Populasi Dan Sampel, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrument Penelitian, Uji Prasyarat, Teknis Analisis Data.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Pelayanan

a. Pengertian pelayanan

Menurut (Batinggi & Ahmad, 2014) Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran dan langganan. Demikian pula di bidang pemerintah, belum dapat memenuhi harapan semua pihak sehingga di perlukan system manajemen untuk penyelenggaraan pelayanan umum.

Menurut (Wahab, 2017) Untuk mencapai tingkat pelayanan yang unggul setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tertentu, diantara penampilan yang baik dan menarik, sikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam melayani, tidak merasa tinggi hati karena dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat konsumen dan memiliki kemampuan menangani keluhan konsumen secara professional.

Berbagai bentuk usaha dan tindakan yang di ambil oleh pemasar bertujuan untuk meningkatkan kualitas barang /jasa yang di berikan perusahaan sehingga memenuhi harapan konsumen. Kualitas mendorong perusahaan untuk melakukan perbaikan dalam bersaing dalam competitor. Hal ini menjadikan langkah strategi perusahaan yang memiliki ciri khas atau karakter yang kuat pada produk dan pelayanannya sehingga memuaskan kebutuhab konsumennya.

Kualitas pelayanan bukan hanya dilakukan oleh penyediaan jasa semata, namun harus diawali oleh kebutuhan pelanggan dan persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. (Wibowo et al., 2013) kualitas pelayanan merupakan suara cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atau layanan yang di terima. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keunggulan dari layanan tersebut.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang di terima lebih rendah yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk. Menurut (Sriwidodo, 2010) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu.

1. *Reliability* (keandalan/kemampuan mewujudkan janji), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu.
2. *Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggapan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen.
3. *Assurance* (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan) yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup

pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.

4. *Empathy* (memahami keinginan konsumen) yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles* (tampilan fisik pelayanan) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. Karakteristik pelayanan

Karakteristik pelayanan menurut (Nurhadi, 2017) dapat dibedakan menjadi empat, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), heterogenitas (*heterogeneity*) dan cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi (*perishability and fluctuating demand*).

1. Tidak terwujud

Pelayanan/jasa mempunyai sifat tidak terwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau di cium sebelum ada transaksi pembelian. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelayanan/jasa yaitu:

1. Meningkatkan visualisasi pelayanan/jasa
2. Pemberian pelayanan/jasa tidak menggambarkan ciri-ciri suatu pelayanan/jasa, tetapi justru lebih menekan manfaat dari jasa tersebut.
3. Penataan fisik, harus menjurus pada pelayanan yang cepat dan efisien. Harus menimbulkan kesan yang bersih dan rapi.
4. Penataan dokumentasi, harus dilakukan dengan penataan yang rapi, terjamin keamanan dan efisien.

2. Tidak dapat dipisahkan

Suatu bentuk pelayanan/jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Heterogenitas

Industri jasa atau penjual individu tidak mungkin mengadakan standarisasi output setiap unit jasa itu berbeda satu sama lain.

4. Cepet hilang dan permintaan yang fluktuasi

Pelayanan/jasa itu cepet hilang dan tidak dapat disimpan dan penasarannya jasa itu berubah-ubah menurut musim, menurut jam, dan hari. Karena cepet rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat.

c. Dimensi Pelayanan

Menurut (Sriwidodo, 2010) indikator dimensi kualitas pelayanan jasa (*service quality*) sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)

Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gedung, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang

berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas yang tidak akan membiarkan pelanggan menunggu kemudian nunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan kesantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan di harapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

d. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Diantara adap dan etika dalam bekerja dalam islam adalah :

1. Ihsan, yakni perbuatan seseorang untuk melakukan perbuatan yang ma'ruf dan menahan diri dari dosa. Dia mendermakan kebaikan kepada hamba Allah yang lainnya baik melalui hartanya, kehormatannya, ilmunya maupun raganya. Salah satu bentuk ihsan

yang paling utama adalah berbuat baik kepada orang yang berbuat baik kepada orang yang membuat jelek kepada kita, baik dengan ucapan maupun perbuatannya.

2. Itqan, secara bahasa berarti mengerjakan suatu dengan sempurna. Namun dalam beberapa hal, itqan bisa diartikan dengan penjualan produk minimal mencapai targetnya atau bahkan melampaui targetnya. Itqan dbekerja adalah bagaimana pekerjaannya yang dilakukan seseorang tuntas, selesai, rapid an tidak menimbulkan permasalahan lainnya.
3. Taysir, dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezeki orang tersebut.
4. Samahah, kata samhan sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, teloransi, membuat orang lain senang. Sehingga seseorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.
5. Ash-Shidiq (kejujuran), kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan setiap orang manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.

Dalam melakukan setiap pekerjaan, aspek etika merupakan hal mendasar yang sikap baik budi, jujur dan amanah, kuat, kesesuaian upah, tidak menipu, tidak merampas, tidak mengabaikan sesuatu, tidak semenah-mena (proposional), ahli dan professional, sera tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan hokum Allah syariat islam (Al-Quran dan hadis). Di dunia usaha yang mana pelanggannya adalah para konsumen, maka dalam organisasi direktorat jendral pajak, para wajib pajak merupakan pelanggan yang harus di jaga hubungannya dengan baik, sehingga masyarakat wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik yang pada akhirnya

akan dapat meningkatkan penerimaan pajak. Wajib pajak dapat menikmati pelayan yang baik jika kebutuhan dan harapannya dapat terpenuhi. Berdasarkan hasil kepuasan wajib pajak atas pelayanan aparat pajak, maka pimpinan harus melakukan koreksi atas kinerja yang ditunjukkan selama ini menurut (کوچکی et al., 2018) hal ini tampak dalam QS. Al-Baqorah/1:267., terjemahannya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ^ط
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ^ط وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
حَمِيدٌ

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.”

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan, sedangkan dalam ekonomi islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus di pandu oleh Allah lewat Al-Quran dan Hadis. Fasilitas dalam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaannya signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hadapnya tidak menonjolkannya kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap ihsan diperlukan adap dan etika yang membingkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sia-sia.

e. Indikator Pelayanan

(Ibrahim & Thawil, 2019) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya dalam mewujudkan kebutuhan, keinginan pembeliserta ketepatan penyampaian produk tersebut agar dapat mengimbangi harapan pembeli. Terdapat 5 indikator untuk kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*)
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Empati (*emphaty*)
- e. Bukti fisik (*tangible*)

2. Keunggulan Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakan, karena kualitas produk merupakan yang suatu faktor yang penting mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas baik sesuai dengan harapan konsumen(Ernawati, 2019) .

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian inovasi produk. Di dalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi, agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Sebuah perusahaan di tuntut untuk lebih inovatif

Dalam menghasilkan suatu produk agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi merupakan hal yang penting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Dengan adanya inovasi produk, dapat memberikan lebih banyak pilihan untuk para konsumen dan memberikan pilihan yang sesuai “selera” mereka (Dewi Septianto, 2020).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan dan dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembeliannya.

Keunggulan produk menjadi instrument vital untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan perkembangan terus-menerus. Hanya ada 2 pilihan yaitu sukses perkembangan hidup sehingga menghasilkan keunggulan produk, atau gagal pencapaian tujuan bisnisnya karena produk tidak mampu bersaing dipasar. Keunggulan produk merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai lebih pada produk, baik manfaat, inovasi kecanggihan teknologi yang diberikan produk kepada nasabah yang dapat memberikan kelebihan produk tersebut dari produk pesaing (Woran Nita, Tumbel Altje, 2016).

Menurut (Marimin & Romdhoni, 2017) menjelaskan tentang :

1. Kelebihan bank syariah terutama pada kuatnya ikatan emosional keagamaan antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabahnya. Dari ikatan emosional inilah dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.

2. Dengan adanya keterikatan secara religi, maka semua pihak terlibat dalam bank islam adalah berusaha sebaik-baiknya dengan pengalaman ajaran agamanya sehingga berapapun hasil yang di peroleh di yakini membawa berkah.
3. Adanya fasilitas perkembangan (Al-Mudharabah dan Al-Musyarakah) yang tidak membebani nasabah sejak awal kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini adalah memberikan kelonggaran psikologis yang di perlakukan nasabah perkembangan bank syariah di Indonesia untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.
4. Dengan adanya sistem bagi hasil untuk penyimpan dana setelah tersedia peringatan dini tentang keadaan yang bisa di ketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterimanya.
5. Penerapan sistem bagi hasil dan ditinggalkannya sistem bunga menjadikan bank islam lebih mandiri dari pengeruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri.

Bahwa keunggulan produk sangat di tentukan oleh keunikan manfaat yang diberikan produk kepada pelanggan, superioritas produk, inovasi produk yang terus-menerus, kemampuan produk memenuhi pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang di keluarkan pelanggan, kecanggihan teknologi produk dan desain produk itu sendiri. Keunggulan produk dari perbankan syariah ialah ATM bank mauamalat bisa di ambil dimana saja dan kapanpun tanpa biaya administrasi sesuai syariah.

b. Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut (Saidani & Arifin, 2012) terdiri dari :

1. *Performance* (kinerja) yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus terganti.

3. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak di temukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan suatu hasil yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran. Dalam perbankan syariah suatu produk tersebut dikatakan sukses atau tidaknya itu tergantung terhadap marketing, selama marketing tidak bekerja otomatis produk tersebut tidak akan jalan, akan tetapi apabila marketing bekerja giat maka produk tersebut akan sukses. Produk sejelek apapun apabila kita pintar menawarkan pasti akan laris terjual.

Dalam konteks perbankan kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen baik berupa barang maupun jasa. Dalam menawarkan kualitas produknya, Bank Muamalat Balakota Medan mempunyai kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, daya tahan dan estetika untuk mengembangkan produknya.

c. Tingkatan produk dan jasa

Terdapat 4 (empat) metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan (Anderson, E.W.; Fornell, 1994)

1. System keluhan dan dasar

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saranyang di letakkan tempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website, facebook, twitter dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan. Sehingga memungkinkan untuk breaksi dengan tanggap dan cepet untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

Akan tetapi, kareda metode bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang puas bakal menyampaikan keluhannya. Sangat mungkin mereka langsung berganti pemasok dan tidak akan membeli produk/jasa perusahaannya yang bersangkutan lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelnggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik dan tidak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah berusaha paying ‘berpiki’ (menyumbangan ide) kepada perusahaan.

2. *Ghost mystery shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghos shoppers* untuk berberan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan di banding para pesaing. Selain itu, para

ghost shoppers juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan.

Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggan. Tentunya karyawan tidak boleh kalau atasannya sedang melakukan penelitian dan penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaan sendiri dan melontarkan berbagai keluhan atau pelayanan) bila karyawan tahu bahwa dirinya sedang dinilai, tentu saja perilakunya akan menjadi 'sangat manis' dan hasil penelitian akan menjadi biasa.

3. *Lost customer analysis*

Bank Muamalat melihat para pelanggan yang telah berhenti nasabah atau beralih ke bank-bank lain, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah para mengidentifikasi dan mengkontak mantan para nasabah yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik *visa pos*, telepon, e-mail, walaupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian

terhadap mereka. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada pelanggan.

d. Produk penyaluran dana (Ridwan, 2016)

1. Piutang murabahah

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia masyarakat atas laba/keuntungan jumlah tertentu.

2. Piutang salam

Salam adalah penjualan suatu barang yang di sebutkan sifat-sifatnya berbagi persyaratan jual beli dan barang tersebut masi dalam tanggungan penjual, dimana syarat-syarat tersebut diantaranya adalah dahulukan pembayaran pada waktu akad di sepakati. Tujuan penggunaan produk salam ini diutamakan untuk pembelian dan penjualan hasil produksi pertanian, peternakan atau perkebunan.

3. Piutang istishna

Piutang istishna' sama dengan salam yaitu dari segi obyek pesannya yaitu harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya, salam pembayarannya dilakukan sebelum barang diterima dan istishna' bisa diawal, di tengah atau di akhir pesanan.

4. Penyaluran dana mudharabah

Akad mudharabah adalah akad kerja sama antara bank selaku pemilik dana (sahibul mal) dengan nasabah selaku mudharib yang mempunyai keahlian atau ketrampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati.

5. Penyaluran dana musyarakah

Musyarakah merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana/modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan.

6. Penyaluran dana prinsip al-ijarah

Al-ijarah disebut akad pemidaha hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Tujuan ini memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan manfaat atas barang atau jasa dengan pembayaran tangguh.

7. Penyaluran dana pinjaman (Al-qardh)

Al-qardh merupakan kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pinjaman tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Pinjaman ini biasanya diberikan oleh bank kepada nasabahnya sebagai pasilitas pinjaman talangan pada saat nasabah mengalami over draft. Fasilitas ini dapat merupakan bagian dari satu paket pembiayaan lain, untuk memudahkan nasabah untuk bertransaksi.

8. Qordhul hasan

Qordul hasan kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pinjaman kebajikan tanpa imbalan dengan kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan jangka waktu tertentu. Tujuannya untuk penyaluran dana kaum duafa, sedangkan sumber dana berasal dari modal, infaq, sadaqah, denda dan sumbangan.

Dari uraian tersebut setiap nasabah mempunyai keinginan berbeda-beda untuk menikmati produk yang ada, dalam penelitian ini yang menjadi keumggulan produk Bank Muamalat Balaikota Medan yaitu :

e. Produk Bank Muamalat

1. Tabungan muamalat prima

Tabungan ini salah satu produk unggulan pada tahun 2013 yang merupakan bank pertama syariah di Indonesia. Produk ini memberikan kemudahan bagi semua nasabah, baik perorangan maupun non perorangan bisa membuka rekening di tabungan muamalat prima dengan setoran awal yang relative ringan serta berbagi kemudahan lainnya.

2. Tabungan muamalat gold

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang akan meringankan transaksi keuangan nasabah, memberikan akses mudah, serta fitur akses jaringan yang luas. Salah satu fiturnya: fasilitas kartu visa Debit Gold untuk transaksi pembayaran di merchant visa di seluruh dunia

3. KPR Muamalat IB

KPR Muamalat IB merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan dunia sesuai dengan prinsip syariah. Tak hanya memberikan nasabah beragam keuntungan tetapi juga ketenangan hati dalam transaksi. Salah satu fitur keunggulannya berupa pembiayaan hingga jangka waktu 15 tahun, uang muka ringan minimal 10%. Produk KPR Muamalat ini merupakan salah satu produk unggulan yang banyak diminati masyarakat. KPR Muamalat iB memberikan alternative dua transaksi bagi nasabah yaitu secara jual beli property indent dan renovasi dengan menggunakan *mudharabah* dan secara kongsi seperti kepemilikan property baru atau second, dan *take over* dengan menggunakan akad *musyarakah mutanakisah*.

Tabungan iB hijrah haji ini merupakan salah satu produk yang menjadi keunggulan dari bank muamalat. Dalam hal ini bank muamalat menjadi bank penerima setoran biaya penyelenggara ibadah haji. Salah satu

keunggulan dari produk ini yaitu nasabah dapat menyesuaikan tahun keberangkatan haji serta nasabah dapat menentukan besaran setoran yang akan dibayarkan setiap bulannya sesuai dengan kemampuan dari nasabah. Selain itu produk ini tidak dikenakan biaya karena autodebit langsung online dengan SISKOHAT (sistem komputerisasi Haji terpatih) dengan kementerian agama (Amalia, 2021).

Tabungan ini mempunyai beberapa keunggulan, di antaranya *fleksibilitas* nasabah untuk menentukan sendiri jumlah setoran dan jangka waktu menabung, tersedia fasilitas autodebit, dan juga bebas biaya administrasi serta biaya pemindahan dana rekening haji dan umrah. Fitur lain yang dimiliki oleh tabungan Ib Hijrah Haji adalah kartu Shar-E Gold bagi nasabah. Kartu ini biasa dipakai untuk bertansaksi di tempat-tempat yang menerima kartu.

f. Indikator keunggulan produk

(Herning Indriastuti¹ Syarifah Hidayah, 2015) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Terdapat 3 indikator yang mempengaruhi keunggulan produk, yaitu:

- a. Spesifikasi produk
- b. Kinerja produk
- c. Tampilan produk

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Kepuasan pelanggan adalah seberapa jauh persepsi kinerja sebuah produk sesuai dengan harapan-harapan seorang pembeli (Oktaviani Satriyanti, 2012) . salah satu hal yang di perlukan dalam mencapai loyalitas nasabah adalah kepuasan. Kepuasan nasab hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Produk yang di tawarkan juga dapat berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah, semakin baik fitur-fitur atau fasilitas yang di tawarkan pada produk tersebut, maka nasabah dengan sendirinya akan merasa puas. Oleh sebab itu, bank harus mampu melakukan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut memiliki nilai tambah daripada produk bank lain. Jika nasabah dapat merasakan nilai tambah dari produk tersebut maka dengan sendirinya kepuasan nasabah dapat tercapai. Nasabah yang telah merasa puas terhadap pelayanan penyedia jasa perbankan cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal itu dapat mempengaruhi orang lain agar menggunakan jasa dari bank tersebut.

Tidak hanya pada produk saja namun dalam hal interaksi yang baik antara nasabah dengan karyawan bank dapat menjadi nilai atau poin tersendiri bagi nasabah untuk menyatakan atau merasakan kepuasan terhadap bank yang telah dipilihnya tersebut. Dapat dilihat dari komunikasi antara karyawan bank dengan nasabah apabila mengalami kesulitan keluhan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. Karyawan bank dapat langsung melakukan respon terhadap keluhan tersebut. Oleh karena itu, semakin baik hubungan antara pihak bank dengan nasabahnya akan menujng tingkat kepuasan nasabah terhadap bank tersebut.

Dewasa ini banyak perusahaan termasuk perusahaan jasa yang mengatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan. Kini semakin di sadari bahwa pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Dalam lingkungan cepat berubah, komitmen untuk kualitas pada setiap tahap [roduksi dan penyiapan jasa memungkinkan para produsen mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah. Konsep kualitas lebih dari sekedar memenuhi spesifikasi barang. Kualitas mengimplementasikan memenuhi atau

melebihi harapan tentang ketepatan waktu, akurasi pekerjaan, kecepatan tanggapan dan unjuk kerja.

Membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja. Apabila harapan tinggi sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak mungkin tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa), sebaliknya apabila unjuk kerjanya melebihi dari yang di harapkan kepuasan meningkat, karena yang memiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatkan pengalaman konsumen. Apakah pembeli akan puas setelah pembeliannya tergantung pada kinerja penawaran sehubungan dengan harapan pembeli (Wahab, 2017).

b. Faktor-faktor Pendukung Kepuasan Produk

Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan dalam (P et al., 2021)

1. Kualitas produk

Apabila perusahaan ingin bertahan dalam persaingan maka perusahaan harus memperhatikan kualitas produk.

2. Kualitas jasa

Kualitas pelayanan ini merupakan faktor yang terdiferensiasi. Driver populer dalam kualitas jasa adalah *servqual* yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh jasa yang sesuai dengan diharapkan.

3. *Emotional factor* *Emotional factor* merupakan faktor pendorong kepuasan pelanggan yaitu *self expressive value*, estetika dan *brand personality*.

4. Harga

Dengan harga murah pelanggan mendapatkan *value for money* yang tinggi tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik. Bagi pelanggan yang tidak sensitive terhadap harga maka harga murah tidak terlalu penting.

5. Biaya atau Kemudahan

Pelanggan puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

c. Dimensi Kualitas Produk

1. Performa/kinerja (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli sesuatu produk. Ini berarti pelanggan menyetujui makanan yang telah disiapkan karena sesuai dengan standar rasa dan suhu.

2. Intraksi pegawai

Keramahan, sikap hormat dan empati yang ditunjukkan oleh restoran yang memberi jasa atau barang. Kredibilitas yang menyeluruh para pegawai termasuk kepercayaan konsumen kepada pegawai dan persepsi mereka tentang keahlian pegawai.

3. Keandalan (*reability*)

Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. Ini menandakan konsistensi kinerja barang dan jasa restoran tersebut.

4. Daya tahan (*durability*)

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk.

5. Ketepatan waktu dan kenyamanan

Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki. Seberapa cepat informasi atau jasa diberikan. Kenyamanan pembelian dan proses jasa termasuk penerimaan cara pembayaran, jam kerja restoran dan fasilitas.

6. Estetika (*aesthetic*)

Penampilan fisik restoran yang dapat menjadi daya tarik dimana jasa atau produk diterima.

7. Kewajaran merk

Sejauh mana merk restoran memberi dampak positif atau negative atas kualitas yang tampak sebagai bahan evaluasi pelanggan bahwa merk tersebut rendah atau tinggi kualitasnya.

d. Indikator kepuasan nasabah

(Oktaviani Satriyanti, 2012) Kepuasan nasabah tingkat perasaan seseorang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dirumuskan sebagai bentuk sikap atau perilaku konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang telah dikonsumsi atau di perbolehkan, sehingga menimbulkan rasa kepuasan atau ketidakpuasan. Terdapat 2 indikator yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)
2. Dimensi kepuasan pelanggan.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

1. Penelitian Irma Fidiyah dengan judul “ pengaruh kualitas layanan ATM banking terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri KCP perak Surabaya” tahun 2013. Analisis hasil penelitian yang digunakan adalah kualitas layanan ATM banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri KCP perak Surabaya. Besarnya

pengaruh kualitas layanan ATM banking adalah sebesar 52,8% sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Persamaan dan perbedaan pada penelitian adalah persamaan penelitian tersebut dengan penulis terdapat pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan dengan penulis adalah penelitian tersebut lebih fokus pada kualitas layanan ATM banking saja.

2. Penelitian Eka Mulyati dengan judul “kepuasan nasabah pada PT.BPRS Al falah sukajadi” tahun 2010. Analisis hasil penelitian yang digunakan adalah variabel bebas yaitu kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al falah sepenuhnya sangat memuaskan. Persamaan dan perbedaan penelitian tersebut. Persamaan adalah terdapat pada variabel terikat penulis yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan adalah tidak terdapat terdapat variabel kualitas pelayanan.
3. Penelitian Chairatul Ummah dengan judul “pengaruh kualitas layanan mobil kas keliling terhadap kepuasan nasabah bank sumsel babel syariah cabang Palembang(survey pada mahasiswa UIN raden fatah Palembang)” tahun 2016. Analisis hasil penelitian yang digunakan adalah ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan mobil kas keliling terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel pelayanan (X) hasil uji t yang diperoleh menyatakan bahwa variabel berpengaruh terhadap nasabah (Y). Persamaan dan perbedaan penelitian tersebut. Persamaan adalah terdapat pada variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan adalah variabel bebas tersebut lebih memuaskan pada kualitas layanan mobil kas keliling dan lokasi penelitian juga berbeda.
4. Penelitian Husnul Khotimah dengan judul “analisis pengaruh
5. kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi pada nasabah BRI cabang semarang platinum)” tahun 2011. Analisis hasil penelitian adalah pengaruh kualitas layanan, kualitas

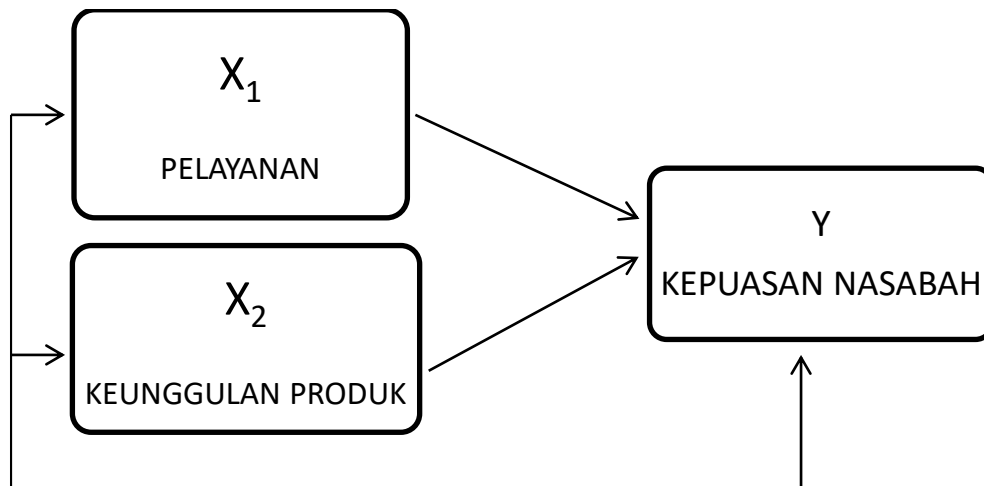
produk dan kepuasan nasabah sebagai predikat dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Persamaan dan perbedaan tersebut. Persamaan adalah penelitian tersebut meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan adalah terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.

6. Penelitian Yuzza Bayhaqi dengan judul “ analisis pengaruh kualitas layanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada minat membeli ulang (studi kasus pada auto bridal semarang) tahun 2006. Analisis hasil penelitian adalah analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keunggulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Temuan empiris tersebut mengidentifikasi bahwa untuk meningkatkan pembeli. Perbedaan dan persamaan tersebut persamaan adalah terdapat pada tabel variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Perbedaan adalah terdapat perbedaan pada jumlah variabel yang diteliti serta lokasi penelitian.

C. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini menguji pelayanan (X) keunggulan produk (X) kepuasan nasabah (Y) kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1



D. Hipotesis

Hipotesis adalah rumusan jawaban sementara terhadap suatu masukan yang akan diteliti sebagai tuntutan dalam menyelesaikan masalah serta untuk mencari jawaban yang sebenarnya. Selanjutnya, hipotesis harus diuji dan dibuktikan kebenarannya.

1. H₀ : Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank muamalat
H₁ : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat
2. H₀ : Keunggulan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan bank muamalat
H₁ : Keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat
3. H₀ : Pelayanan dan keunggulan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank muamalat

H1 : Pelayanan dan keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan. Tujuan utama dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah yang diterapkan sebelumnya. Dalam menetapkan masalah harus dilakukan secara objektif dan rasional.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Wahab, 2017).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui perantara Bank Muamalat Balaikota Medan yang beralamat di Jl. Balakota No. 10, Kesawan Kecamatan. Medan Bar., Kota Medan, Sumatera Utara 20111

Tabel 3.1

Keterangan	Jadwal Penelitian																			
	Desember				Januari				Februai				Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset awal/pengajuan judul																				
Pengajuan Judul																				
Perbaikan/ACC proposal																				
Seminar Proposal																				
Pengumpulan Data																				

Penyusunan Skripsi																				
Bimbingan Skripsi																				
Siding Munaqosah																				

C. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Wahab, 2017) Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pelayanan bank muamalat balaikota medan. Jumlah populasi yang akan di jumlah sebanyak 1.076 nasabah.

B. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang di jadikan sebagai sumber data. Penentuan sampel penelitian ini bersifat tidak acak (*non probability sampling*) dimana anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pemilihan yang dimana individu yang di pilih adalah individu yang kebetulan dijumpai penelitian (کوچکی et al., 2018). Untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus slovin:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran poulasi

e = persen kelonggran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang yang masih ditelorir yaitu (0,15)

Jika diketahui jumlah populasi Bank Muamalat kantor cabang 10 di Medan sebanyak 1076 nasabah, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1076}{1 + (1076 \times 0,15)^2}$$

$$n = \frac{1076}{1 + 24,21}$$

$$n = \frac{1076}{25,21}$$

$$n = 42,6$$

$$n = 43 \text{ (dibulatkan)}$$

D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Penelitian

Menurut (Lina, 2014) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di ambil kesimpulan.

1. Variabel Independen

Variaber independen, sering disebut juga sebagai variabel bebas, variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas juga dapat diartikan sebagai suatu kondisi atau nilai yang jika muncul maka akan memunculkan (mengubah) kondisi atau nilai yang lain(Purwanto, 2019). Variabel bebas umumnya dengan huruf X. Dengan demikian, jika tinjau keberadaannya, variabel bebas pada umumnya terlebih dahulu muncul (ada), dan akan diikuti variabel yang lainnya. Dalam rangkaian kegiatan ilmiah, peneliti dalam menentukan variabel bebas tidak boleh secara sembarangan. Variabel bebas bukanlah suatu kondisi yang terlepas sama sekali dengan keberadaan variabel terikat.

Tabel 3.2**VARIABEL OPERASIONAL INDEPENDEN DAN SKALA**

Variabel	Devinisi	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₁)	Tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak lain dan dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun	1.Keandalan (<i>reability</i>) 2.Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3.Jaminana (<i>assurance</i>) 4.Empati (<i>empaty</i>) 5. Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Likert
Keunggulan peoduk (X ₂)	Sebuah system yang unik dan unggul dibandingkan dengan pesaing bertujuan untuk memberikan nilai yang baik bagi konsumen	1.Spesifikasi produk 2.Kinerja produk 3.Tampilan produk	Likert

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen disebut juga variabel yang diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*). Variabel dependen juga dapat disebut sebagai variabel konsekuensi(Liana, 2009).

Tabel 3.3

Variabel Operasional Dependen dan Skala

Variabel	Devenisi	Indikator	Skala
Kepuasan Nasabah (Y)	Suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhan	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (<i>overall customer satisfaction</i>) 2. Dimensi kepuasan pelanggan	Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan penelitian mendapatkan data di lapangan.

1. Observasi

Menggunakan metode observasi untuk pengumpulan data peneliti harus melakukan pengamatan langsung sekaligus pencatatan terhadap fenomena yang sedang dikumpulkan informasinya. Metode observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pelayanan dan keunggulan prodek terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan

2. Angket

Metode angket adalah suatu metode penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya menyangkut kepentingan umum atau orang banyak, dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan yang berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban atau respon.

Tabel 3.4
Alternative Jawaban Dengan Skala Likert

Simbol	Alternative Jawaban	Nilai
Ss	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
Ts	Tidak Setuju	2
Sts	Sangat Tidak Setuju	1

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan obyek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana responden yang berada dari tiap-tiap responden

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan sebagai pengumpul data dalam suatu penelitian dapat berupa kuesioner, sehingga skala pengukuran instrument menentukan satuan yang diperoleh, sekaligus jenis data atau tingkatan data, apakah data tersebut nominal, ordinal, interval maupun rasio. Untuk dapat dikatakan instrument penelitian yang baik paling tidak memenuhi lima karakter, yaitu : validitas, realibilitas, sensitivitas, objektivitas dan fasilitas. Untuk melakukan pengukuran, maka instrument penelitian yang digunakan harus mempunyai skala.

Instrument yang akan diteliti menggunakan 2 prasyarat yang sesuai dengan variabel yang akan diukur yaitu :

3. Uji Validasi

Menurut (Wahab, 2017), untuk mengukur seberapa nyata suatu pengujian atau instrument mengukur apa yang sebenarnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Oleh karena itu instrument yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk test/kuesioner, maka pengujian validasi yang digunakan berupa pengujian validitas ini (*content validity*). Suatu instrument dinyatakan valid apabila koefisien kolerasi r dihitung lebih besar

dibandingkan koefisien korelasi r tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai r hitung $< r$ tabel maka nomor item tersebut tidak valid dan jika nilai r hitung $> r$ tabel maka item tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

d. Uji reabilitas

Instrument penelitian dikatakan andal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan kembali kepada subjek yang sama. Reabilitas (reliability) adalah tingkat seberapa besar suatu pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjuk oleh koefisien, yaitu koefisien reliabilitas.

G. Uji Prasyarat

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut: dari tampilan grafik histogram dan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal P-P plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut

heteroskedastisitas. Dan jika varian berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* disekitar nilai X dan Y, jika ada pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Salah satu cara mengetahui tidak terjadinya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*variance inflation factor*).

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi sederhana digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dengan variabel lain. Dalam hal ini regresi dilakukan untuk menentukan kepuasan nasabah (Y) yang di sebabkan oleh etika pelayanan (X_1) dan keunggulan produk (X_2) (کوچکی et al., 2018) dijelaskan analisis regresi sederhana menggunakan persamaan garis regresi berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Nasabah
X_1	=	Pelayanan
X_2	=	Keunggulan Produk
a	=	Konstanta
$\beta_1 \beta_2$	=	Koefisien Regresi
e	=	Error

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (uji persial)

Uji t (t-test) (کوچکی et al., 2018) digunakan untuk menguji hipotesis secara persial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *P-value* pada kolom signifikan masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikan yang digunakan 0,05 berdasarkan nilai probabilitas dengan $\alpha = 0,05$:

1. Probabilitas < taraf signifikan 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas secara persial (individual) terhadap variabel terikatnya.
2. Probabilitas > taraf signifikan 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas secara persial (individual) terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Uji Simultan)

menurut (Oktaviani Satriyanti, 2012), Uji statistic F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual. Uji F menguji apakah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fit* atau tidak. Menentukan F tabel digunakan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df) = k dengan derajat kebebasan

penyebut (df) = $n-k-1$ dimana k adalah jumlah variabel bebas.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan dengan kriteria :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $P_{value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus (*fit*).
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $P_{value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima, artinya model yang digunakan tidak bagus (tidak *fit*).

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Oktaviani Satriyanti, 2012) .

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Profil Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“ Bank Muamalat Indonesia”) yang beralamat di Jl. Balai Kota No.10 D-E, Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapatkan dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti asuransi syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance* syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia (Fadilla, 2020).

Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash manajemen. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan Percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk subordinasi mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin

menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus nambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120,000 jaringan ATM bersama dan ATM prima, serta lebih dari 11,000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia elektronik payment (MEPS).

2. VISI & Misi Bank Muamalat

VISI

“menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

MISI

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan (Fadilla, 2020).

3. Tujuan berdiri Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan berdiri bank muamalat Indonesia yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan social ekonomi masyarakat Indonesia., sehingga semakin berkurang kesenjangan social ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.

- c. Mengembangkan lembaga bank dan system perbankan yang sehat berdasarkan efisien dan keadilan , mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkakn usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan ke daerah-daerah terpencil.
 - d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.
4. Manajemen Bank Muamala
 - a. Dewan Pengawas Daerah
 - b. Dewan Komisaris
 - c. Direksi
 - d. Komite Audit
 - e. Komite Nominal Remunerasi
 - f. Komite Tata Kelola Perusahaan
 - g. Komite Pemantau resiko
 5. Logo Bank Muamalat

Gambar 4.1
Skema Aplikasi Bank Generasi



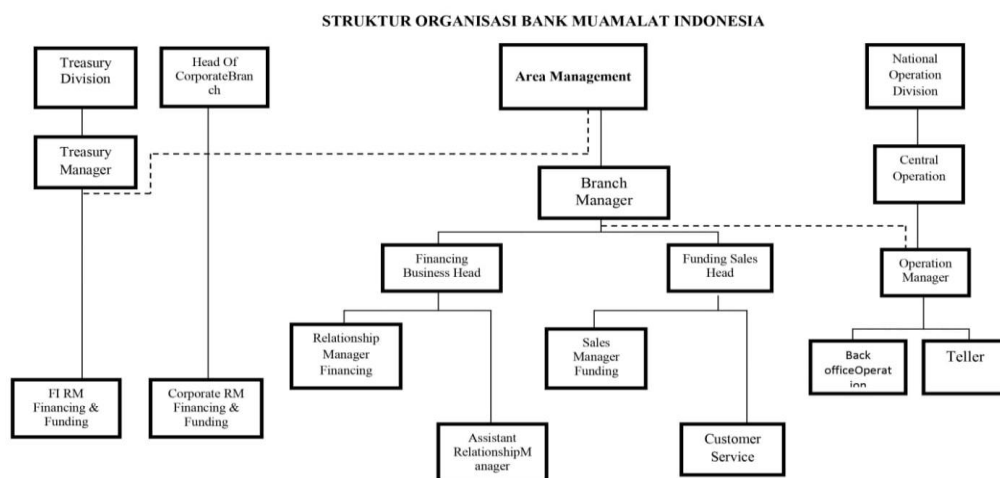
Mengenai logo yang diberikan bank muamalat, ada beberapa makna yang terkait didalamnya yaitu logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijaiyah yaitu daal, yaa', nun. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis didalam suatu negeri yang subur dan peradaban yang tinggi serta berdasarkan nilai yang luhur.

Adapun makna di balik lambing air yang digunakan oleh bank muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islam yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

6. Stuktur Organisasi

Gambar 4.2

Struktur Organisasi



7. Fungsi dan Tugas Masing-masing

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing Bank Muamalat Indonesia:

- a. Pimpinan cabang (*branch manager*) pimpinan cabang ialah seseorang pimpinan dan pengawasan kegiatan bank muamalat Indonesia sehari-hari sesuai dengan kebijakan umum yang telah disetujui dengan komisaris dalam rapat umum pemegang .

b. Saham (RUPS)

1. Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional perkembangan cabang Bank Muamalat Indonesia,
2. Sebagai coordinator seluruh crew cabang Bank Muamalat Indonesia,
3. Sebagai pelaksana kebijakan direksi terkait dengan operasional cabang
4. Mempunyai wewenang tertinggi di cabang
5. Pemegang limit pengeluaran biaya dan pembiayaan

c. *Account manager* fungsi *account manager* ialah sebagai pejabat manajen yang ditugaskan membantu pimpinan cabang dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan di samping itu berfungsi sebagai supervise dan pekerjaan lain sesuai dengan ketentuan/*policy* manajemen tugas-tugas pokok *account manajemen*:

1. Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan dari unit/bagian yang berada di bawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan sebagai nasabah secara efektif dan efisien yang dapat merumuskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun Bank Muamalat Indonesia
2. Melakukan mentoring, evaluasi, review dan supervise terhadap pelaksana tugas dan fungsi marketing pada unit atau bagian yang ada di bawah supervise
3. Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan
4. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kualitas portofolio pembiayaan yang telah diberikan
5. Melayani dan menerima calon nasabah atau secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan khususnya mengenai masalah pembiayaan
6. Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antara intern unit kerja yang ada di bawah serta lingkungan perusahaan
7. Menyusun strategi planning selaku *account manager* nasabah bank dalam rangka pengumpulan sumber dana maupun penanaman dana/pembiayaan secara efektif dan terarah

8. Berkewajiban untuk meningkatkan mutu pelayanan perbankan terhadap nasabah maupun calon nasabah dan
 9. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas-tugas sehari-hari.
- d. Penghimpunan dana (*funding*) adalah bertugas dalam pengumpulan dana masyarakat sesuai dengan produk yang ada, seperti tabungan ummat, tabungan ummat junior, share, deposito full inves dan giro wadi'ah. Untuk mencapai hasil yang yang optimum maka sebelum bagian penghimpunan dana tersebut beroperasi, maka haruslah membuat rencana target yang ingin dicapai
 - e. Penanaman dana (*lending*) bertugas memproses calon nasabah permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur. Selanjutnya membina debitur tersebut agar memenuhi kesanggupan terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya serta menyelesaikan kasus atau masalah debitur yang dilakukan penanggulangan kemungkinan terjadi masalah, sehingga sejauh mungkin dapat dihindari secara preventif.
 - f. *Customer service* bertugas untuk melayani nasabah secara langsung yang datang kepada counter muamalat. Tugas-tugas pokok customer service:
 1. Media penyimpanan informasi dan penjualan produk-produk funding
 2. Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan penutupan rekening
 3. Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah
 4. Menginput data nasabah funding
 - g. Teller selaku bank untuk melaksanakan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang. Tugas-tugas teller adalah:
 1. Mengatur dan memelihara saldo/posisi uang kas yang dalam tempat khasanah bank
 2. Pelaksanaan transaksi keuangan tunai setoran pembayaran
 3. Pelaksanaan mutasi uang tunai antar teller kantor kas; dan
 4. Berkewajiban membuat laporan kas harian
 - h. Back office bertugas dalam membuat laporan keuangan, transaksi dengan bank Indonesia diantara bank lainnya. Tugas-tugas poko back office

1. Pelaksanaan dan penanggung jawab transaksi harian cabang non tunai
 2. Pelaksanaan kliring dan transfer ke bank Indonesia
 3. Penyediaan data keuangan dan laporan perbankan
 4. Proses penyesalan utang-piutang antara bank dalam satu wilayah kliring(eilayah yang menjalankan system kliring dalam satu wilayah tertentu)
- i. Bagian umum fungsi bagian umum adalah karyawan bank yang bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik disamping itu bagian umum juga melaksanakan tugas-tugas terkait dengan urusan personalia/kepegawaian. Tugas-tugas pokok bagian umum:
1. Untuk kebutuhan-kebutuhan karyawan dan perusahaan yang berlaku
 2. Perbedaan biaya-biaya operasional, percadangan dan amortisasi dengan cara melakukan pengadaan/pembelian serta pembukaan dan melakukan penyusutan atas setiap harta/investasi kantor dengan memperhatikan pengendalian biaya
 3. Memelihara dan menjaga harta/investasi kantor agar tetap dalam kondisi yang baik dan bertanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut
 4. Berkewajiban melakukan rekrutmen sumber daya insasi serta menyiapkan pembayaran gaji karyawan sesuai dengan ketentuan direksi
 5. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik untuk diri sendiri maupun penyiapan program peningkatan/pendidikan bagi karyawan lain
 6. Melakukan tugas lain seperti menjadi humas diperusahaan tersebut
- j. Operasional pembiyaan didalam proses pembiyaan terdapat administrasi yang ditangani account manager ataupun support dan legal. Disamping itu setelah pemohonan menjadi debitur mulai dari pencarian dananya sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran debitur akan ditangani oleh operasi pembiayaan. Fungsi bagian operasional pembiayaan:
1. Melakukan pembukaan dropping

2. Melakukan pendeptan rekening nasabah sesuai dengan jadwal angsur atau dengan memo marketing
 3. Membuat dan memelihara kartu pembiayaan
 4. Pembukaan offset jaminan dan write off pembiayaan
 5. Laporan-laporan intern dan ekstren
- k. Unit support pembiayaan adalah pembiayaan bersama dengan account manager penanaman dan mengadakan penilaian permohonan pembiayaan memproses calon debitur dalam kelayakan dan keabsahan jaminan dan lain-lain. Tugas-tugas pokok unit support pembiayaan:
1. Memantau proses pembiayaan dalam hal pengadministrasian
 2. Fungsi hukum
 3. Mengumpulkan dan mengelola data pembiayaan dalam bentuk laporan kepada manajemen BI
 4. Administrasi dan filling dokumen pembiayaan dan menjaga kerahasiaan isi dokumen dan perjanjian antar nasabah dengan bank
 5. Penghubung antara unit kerja internal dan eksternal dalam pelaksanaan pembiayaan
 6. Bagian keamanan dan urusan rumah tangga kantor (non bank staff) non bank staff bertugas dalam mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharaan dan pengurusan rumah tangga lainnya bagian-bagian dan tugas-tugas pokok non bank staff
 7. Satpam bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, menfull (mengeluarkan dan memasukkan uang dari kasanah bersama teller dan pejabat bank), pengawalan penyeteroran uang ke bank Indonesia, serta membantu customer service dalam penjualan shar-e
 8. Office boy bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan kru yang lain
 9. Driver bertugas dalam kegiatan transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

8. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia

a. Pendanaan

1. Tabungan

- a) Tabungan muamalat iB tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang akan meringankan transaksi keuangan anda, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan muamalat kini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu Shar-e regular dan Shar-e gold.
- b) Tabungan simple iB tabungan simple pelajar (simple) iB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini
- c) Tabungan muamalat dollar tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang sering beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan USG
- d) Tabungan muamalat pos tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi anda yang rutin bertransaksi di kantor pos
- e) Tabungan iB muamalat haji dan umrah merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menaikan nasabah untuk merencanakan ibadah haji atau umroh sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, insyaAllah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin.
- f) Tabunganku tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi anda semua kalangan masyarakat serta bebas biaya administrasi
- g) Tabungan iB muamalat prima sebagai bentuk dari komitmen PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan produk-produk yang inovatif, maka pada tanggal 13 Juli 2012 PT. Bank Muamalat Prima. Tabungan

prioritas yang di desain bagi nasabah yang ingin mendapat bagi hasil yang tinggi bahkan serta dengan deposito.

2. Deposito

- a) Deposito mudharabah iB deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthalaqah (bagi hasil)
- b) Deposito full invest deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis bagi nasabah . berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthalaqah (bagi hasil)

3. Giro

- a) Giro muamalat *attijary coporate* iB produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan bisnis nasabah perorangan maupun non-perorangan yang didukung oleh fasilitas cash management.
- b) Giro muamalat ultima iB produk giro berbasis akad mudharabah yang memberikan kemudahan bertransaksi dan hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan dan non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

b. Pembiayaan

1. Konsumen

- a) Pembiayaan hunian syariah adalah produk pembiayaan yang akan membantu anda untuk memiliki rumah (stok/bekasi), apartemen, ruko, rukan, kios maupun pengalihan take-over KPR dari bank lain. Berdasarkan prinsip syariah dengan dua pilihan yaitu akad mudharabah (jual-beli) atau musyarakah mutanaqisah (kerjasama sewa)

- b) Auto muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu anda untuk memiliki kendaraan bermotor. Produk ini adalah kerjasama bank muamalat dengan al-ijarah Indonesia finance (ALIF). Berdasarkan prinsip syariah dengan akd murabahah (jual-beli).
 - c) Pembiayaan anggota koperasi pembiayaan konsumtif yang diperuntukan bagi beragam jenis pembelian konsumtif kepada karyawan/guru/PNS (selaku end user) melalui koperasi. Berdasarkan prinsip syariah dengan atas pendapatan margin pembiayaan murabahah (jual-beli) dari yang di salurkan kepada anggota.
2. Model kerja
- a) Pembiayaan modal kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha anda akan terjamin . berdasarkan prinsip dengan pilihan akad musyarakah, mudarabah, atau murabahasesuai dengan spesifikasi kebutuhan modal kerja.
 - b) Pembiayaan jangka pendek BRPS iB adalah produk pembiayaan yang ditujukan kepada bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) yang bersifat sementara (jangka pendek) dan untuk memenuhi modal kerja yang akan disalurkan oleh BPRS ke end-user dengan pola executing.
 - c) Pembiayaan LKM syariah pembiayaan modal kerja lembaga keuangan mikro (LKM) syariah adalah produk pembiayaan yang ditujukan untuk LKM syariah meningkatkan pendapat dengan memperbesar portofolio pembiayaan kepada nasabah atau anggota (end-user)
3. Investasi
- a) Pembiayaan investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha anda dapat sehingga mendukung rencana ekspansi yang telah anda susun.

- b) Pembiayaan hunian syariah adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha anda untuk membeli, membangun ataupun merenovasi property maupun pengalihan take-over pembiayaan property dari bank lain untuk kebutuhan bisnis anda.

9. Anak Perusahaan

a. Dana Pension Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat

Dana pension lembaga keuangan (DLPK) Muamalat merupakan badan hukum yang didirikan oleh PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Pada tanggal 12 september 1997 dan disahkan berdasarkan SK Menteri keuangan nomor kep-485/KM.17/1997 tanggal 10 oktober 1997. Program pensium iuran pasti (PPIP). DPLK Muamalat menawarkan kemudahan perencanaan keuangan masa depan bagi karyawan maupun pekerja mandiri dan pengelola dana nasabahnya dilakukan secara professional sebagai investasi jangka panjang dalam wujud rekening pribadi nasabah.

Beragam pilihan umur pension, pengelolaan dana secara syariah beragam paket investasi dengan hasil pengembangan yang kompetitif, fleksibel, jaringan luas dan akses 24 jam menjadi faktor keuntungan bagi hasilnasabah untuk mempersiapkan lebih dini masa pension di DLPK Muamalat. Keuntungan bagi perusahaan yang mengikuti serta karyawan sebagai peserta DPLK diantaranya adalah tidak dibebankan pajak (Pph 25), sebagai sarana untuk mempersiapkan pasangan/dana pension karyawan (sesuai UU Nomor 13 Th 2003tentang ketenaga kerjaan)serta dapat melapoirkan ke kementrian keuangan sebagai badan yang telah menyelenggarakan dana pension.

b. PT.Al-Ijarah Indonesia Finance (Alif)

PT. Al-Ijarah Finance(Alif)didirikan pada bulan November 2006 di Jakarta dan mulai operasional pada tanggal 27 Agustus 2007. Perusahaan keuangan syariah yang didikan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan keuangan masyarakat Indonesia. Modal awal yang disetorkan adalah sebesar Rp105 miliar, yang ditempatkan sama rata oleh tiga lembaga keuangan terbuka Indonesia timur tengah, yaitu bank muamalat Indonesia, bank boubyan Kuwait, *alpha lease and finance holding BSC*, kerajaan

bahrian. Alif pada mulanya didirikan untuk melayani kebutuhan pembiayaan bagi komunitas bisnis Indonesia dan asia tenggara, dengan menawarkan pembiayaan minimal sebesar Rp2 miliar per transaksi dan jasa konsultan keuangan.

Krisis ekonomi global yang dimulai tahun 2010 lalu telah mendorong alif untuk mengubah focus bisnis pada pembiayaan ritel. Hal ini disamping untuk meningkatkan sumber pendanaan, juga untuk mengambil manfaat dari pertumbuhan sector konsumsi yang sangat komsumsi yang sangat besar di Indonesia dewasa ini dan di masa mendatang. Saat ini alif yang memiliki total asset sebesar Rp786 miliar dan menawarkan berbagai jenis produk pembiayaan, mulai dari pembiayaan komersial untk investasi barang modal untuk keperluan usaha seperti mesin dan alat berat maupun pembiayaan komsumtif (ritel) seperti mobil dan sepeda motor. Semua produk pembiayaan tersebut didasarkan pada prinsip keuangan syariah dengan menggunakan skema pembiayaan ijarah munthaia bitamlik (sewa dan beli), dan murabahah (jual dan beli).

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank muamalat balaikota medan yang berpendidikan minimal SLTA. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai adalah sebanyak 43 orang nasabah dengan teknik *systematic random sampling*. Setiap responden diberi lembar angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (nasabah bank muamalat balaikota medan), maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah umur nasabah, pendidikan terakhir, pekerjaan nasabah, dan jenis kelamin nasabah. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut.

a. Karakteristik berdasarkan umur

Berdasarkan umur responden yang paling banyak menggunakan jasa Bank Muamalat Balaikota Medan adalah responden yang berumur 17-25 tahun.

Tabel 4.1
Karakteristik respond berdasarkan umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >17	5	11.6	11.6	11.6
17-25	33	76.7	76.7	88.4
26-34	3	7.0	7.0	95.3
35-43	2	4.7	4.7	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 43 responden, jumlah responden yang berumur >17 tahun sebanyak 5 responden atau 11.6%, 17-25 tahun sebanyak 33 responden atau 76.7%, 26-34 tahun sebanyak 3 responden 7.0%, 35-43 tahun sebanyak 2 responden atau 4.75%, 44 tahun ke atas sebanyak 0. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat Balaikota Medan adalah nasabah yang berumur 17-25.

b. Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan responden yang paling banyak menggunakan jasa Bank Muamalat Balaikota Medan adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA.

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTP	2	4.7	4.7	4.7
SLTA	21	48.8	48.8	53.5

Diploma	1	2.3	2.3	55.8
S1/S2/S3	19	44.2	44.2	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa 43 responden, jumlah responden yang berpendidikan SLTP sebanyak 2 responden atau 4.7%, SLTA sebanyak 21 responden atau 48.8%, Diploma sebanyak 1 responden atau 2.3%, S1/S2/S3 sebanyak 19 responden atau 44.2%. Data tersebut menjelaskan bahwa yang sering bertransaksi di Bank Muamalat Balaikota Medan adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA.

c. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan jenis kelamin responden yang paling banyak menggunakan Bank Muamalat Balaikota Medan adalah responden dengan jenis pekerjaan Pelajar.

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	16	37.2	37.2	37.2
Nelayan	1	2.3	2.3	39.5
Guru	9	20.9	20.9	60.5
Wiraswasta	12	27.9	27.9	88.4
PNS	5	11.6	11.6	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui dari 43 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan pelajar sebanyak 16 responden atau 37.2%, wiraswasta sebanyak 12 responden atau 27.9%, guru sebanyak 9 respon atau 20.9%, PNS sebanyak 5 responden atau 11.6%, nelayan sebanyak 1 responden atau 2.3%. data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat Balaikota Medan adalah nasabah yang pekerjaannya pelajar.

d. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Responden yang menggunakan jasa Bank Muamalat Balaikota Medan adalah nasabah dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan menunjukkan jumlah lebih besar dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.4

Karakteristik responden bedasar jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali laki-				
d laki	8	18.6	18.6	18.6
2	35	81.4	81.4	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah,2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 43 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 8 responden atau 18.6%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 responden atau 81.4%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat Balaikota Medan adalah nasabah yang berjenis kelamin perempuan.

C. Deskripsi variabel

Dari angket yang telah peneliti sebesarkan kepada responden yang terdiri dari 15 soal dan dibagi dalam 3 kategori yaitu:

- a. 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pelayanan (X1)
- b. 5 soal digunakan untuk mengetahui tentang keunggulan produk (X2)

c. 5 soal digunakan untuk mengetahui tentang kepuasan nasabah (Y)

Sedangkan hasil dari jawaban yang penelitian peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

1. Pelayanan (X1)

Tabel 4.5
PERYATAAN 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	19	44.2	44.2	44.2
SANGAT SETUJU	24	55.8	55.8	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.6

PERYATAAN 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	15	34.9	34.9	34.9
SANGAT SETUJU	28	65.1	65.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.7

PERYATAAN 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	5	11.6	11.6	11.6

SANGAT SETUJU	38	88.4	88.4	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.8

PERYATAAN 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	8	18.6	18.6	18.6
SANGAT SETUJU	35	81.4	81.4	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.9

PERYATAAN 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	21	48.8	48.8	48.8
SANGAT SETUJU	22	51.2	51.2	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.10

PERYATAAN 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	4	9.3	9.3	9.3

SANGAT SETUJU	39	90.7	90.7	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.11

TOTAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20.00	2	4.7	4.7	4.7
21.00	8	18.6	18.6	23.3
22.00	14	32.6	32.6	55.8
23.00	12	27.9	27.9	83.7
24.00	7	16.3	16.3	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2023

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X1 mengenai pelayanan pada Bank Muamalat Balaikota Medan hasil perhitungan dari 43 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang di berikan yaitu 83.7. Hal ini diartikan rata-rata dari responden memberikan tanggapan bahwa Bank Muamalat Balaikota Medan memberikan perhatian yang tulus terhadap nasabahnya dengan memahami keinginan nasabahnya.

2. Keunggulan Produk (X2)

Tabel 4.12
PERYATAAN 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	15	34.9	34.9	34.9
SANGAT SETUJU	28	65.1	65.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.13
PERYATAAN 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	12	27.9	27.9	27.9
SANGAT SETUJU	31	72.1	72.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.14
PERYATAAN 9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	21	48.8	48.8	48.8
SANGAT SETUJU	22	51.2	51.2	100.0

Total	43	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Tabel 4.15

PERYATAAN 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	19	44.2	44.2	44.2
SANGAT SETUJU	24	55.8	55.8	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.16

PERYATAAN 11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	14	32.6	32.6	32.6
SANGAT SETUJU	29	67.4	67.4	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.17

TOTAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16.00	3	7.0	7.0	7.0
17.00	8	18.6	18.6	25.6
18.00	18	41.9	41.9	67.4

19.00	9	20.9	20.9	88.4
20.00	5	11.6	11.6	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2023

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X2 mengenai pelayanan pada Bank Maumalat Balaikota Medan hasil perhitungan dari 43 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang di berikan yaitu 88.4. Hal ini diartikan rata-rata dari responden memberikan tanggapan bahwa keunggulan produk yang dikeluarkan Bank Muamalat Balaikota Medan sudah lama dan sudah banyak pelanggannya.

3. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.18
PERYATAAN 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	18	41.9	41.9	41.9
SANGAT SETUJU	25	58.1	58.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.19

PERYATAAN 13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	9	20.9	20.9	20.9

SANGAT SETUJU	34	79.1	79.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.20

PERYATAAN 14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	12	27.9	27.9	27.9
SANGAT SETUJU	31	72.1	72.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.21

PERYATAAN 15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	19	44.2	44.2	44.2
SANGAT SETUJU	24	55.8	55.8	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.22

PERYATAAN 16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SETUJU	12	27.9	27.9	27.9

SANGAT SETUJU	31	72.1	72.1	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Tabel 4.23

TOTAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17.00	7	16.3	16.3	16.3
18.00	19	44.2	44.2	60.5
19.00	11	25.6	25.6	86.0
20.00	6	14.0	14.0	100.0
Total	43	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2023

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai pelayanan pada Bank Maumalat Balaikota Medan hasil perhitungan dari 43 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang di berikan yaitu 86.0. Hal ini di artikan rata-rata dari responden memberikan tanggapan bahwa sebagai besar menganggap Bank Muamalat Balaikota Medan memberikan kemudahan persyaratan kepada nasabah dalam memilih produk.

D. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui setiap butir item dlam instrument itu valid atau tidak dengan cara mengkorelasi agar skor butir dengan skor totang menggunakan program computer SPSS. Apabila kolerasi tiap item pertanyaan positif dan besarnya $0,301$ ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka item butir tersebut valid dan jika kolerasi dibawah $0,301$ ($r_{hitung} < r_{tabel}$), maka item butir tersebut tidak valid dan harus diperbaiki.

- a. Hasil uji validitas pelayanan

Tabel 4.24

Hasil Uji validitas Pelayanan X1

Dapat dilihat pada hasil uji validitas pelayanan (X1) pada r_{hitung} semuanya berada di atas r_{tabel} sebesar 0,301 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel pelayanan (X1) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel} > \text{nilai } r_{tabel}$ untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Nilai r_{tabel} dua arah pada $N = 43$ dan $p=0,05$ adalah 0,301. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel pelayanan dan keunggulan produk (X_1 dan X_2) kepuasan nasabah (Y) Bank Muamalat Balaikota Medan

- a. Uji validitas pelayanan

Tabel 4.25

Hasil Uji Validitas pelayanan (X1)

No butir pertanyaan	r_{hitung}	$R_{tabel} 5\% (43)$	signifikansi	kriteria
1	0,549	0,301	0,000	Valid
2	0,858	0,301	0,000	Valid
3	0,403	0,301	0,000	Valid
4	0,858	0,301	0,000	Valid
5	0,650	0,301	0,000	Valid
6	0,520	0,301	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS.23

b. Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk

Tabel 4.25

Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X₂)

No Butir Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel 5% (43)}	Signifikansi	Kriteria
1	0,851	0,301	0,000	Valid
2	0,823	0,301	0,000	Valid
3	0,483	0,301	0,000	Valid
4	0,739	0,301	0,000	Valid
5	0,726	0,301	0,000	Valid

Sumber : hasil pengolah data SPSS:23

Berdasarkan hasil pengelola data melalui SPSS. Maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel pelayanan(X₁) dan keunggulan produk (X₂) Bank Muamalat Balaikota Medan Valid.

c. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Tabel 4.26

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No Butir Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel 5% (43)}	signifikansi	kriteria
1	0,836	0,301	0,000	Valid
2	0,707	0,301	0,000	Valid
3	0,702	0,301	0,000	Valid
4	0,474	0,301	0,000	Valid
5	0,829	0,301	0,000	Valid

Sumber : hasil pengolah data SPSS:23

Berdasarkan hasil pengelola data melalui SPSS. Maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel Kepuasan Nasabah (Y) Bank Muamalat Balaikota Medan.

2. Uji Reabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan itu reabilitas terhadap instrument

penelitian adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau menjadi beberapa belahan. Jika r_{hitung} nilai kritis r_{tabel} product moment maka data penelitian dianggap realiable atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.

Tabel 4.27
Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item</i>
<i>Pelayanan (X1)</i>	<i>0,717</i>	<i>6</i>
<i>Keunggulan produk (X2)</i>	<i>0,778</i>	<i>5</i>
<i>Kepuasan nasabah</i>	<i>0,760</i>	<i>5</i>

Sumber: data diolah 2023

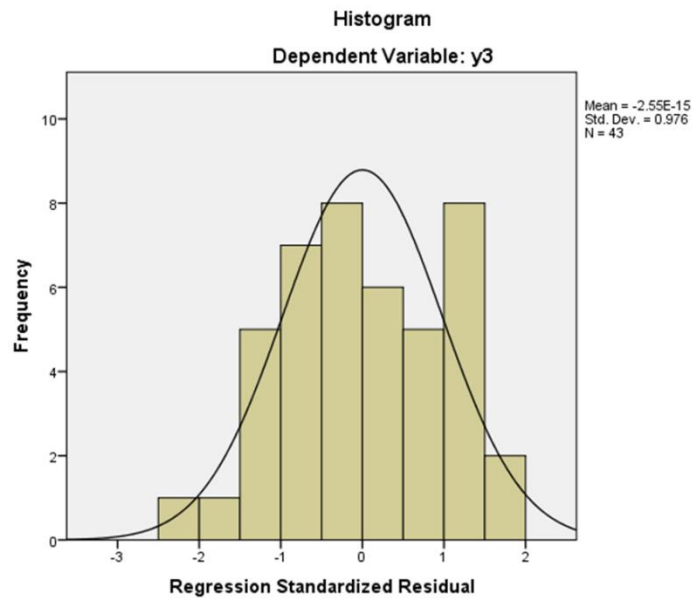
Berdasarkan reliability statistic di atas, uji reabilitas dari setiap item instrument terhadap semua variabel diperoleh bahwa data valid karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari variabel pelayanan X1 0,60 ($0,717 > 0,60$) $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,717 > 0,301$), *Cronbach's Alpha* lebih besar dari variabel keunggulan produk X2 0,60 ($0,778 > 0,60$) $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,778 > 0,301$), *Cronbach's Alpha* lebih besar dari variabel kepuasan produk X2 0,60 ($0,760 > 0,60$) $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,760 > 0,301$) maka dapat dikatakan data yang digunakan reliable.

3. Uji Normalitas Data

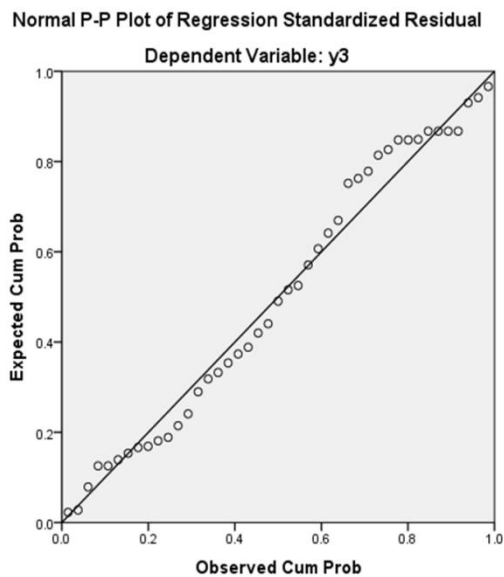
Untuk uji normalitas data digunakan pendekatan *Kolmogorov swirnov*. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikan) $> 0,05$, sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikan) $< 0,05$.

Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data daerah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hamper menyerupai lonceng yang sempurna.

Gambar 4.3



Gambar 4.4



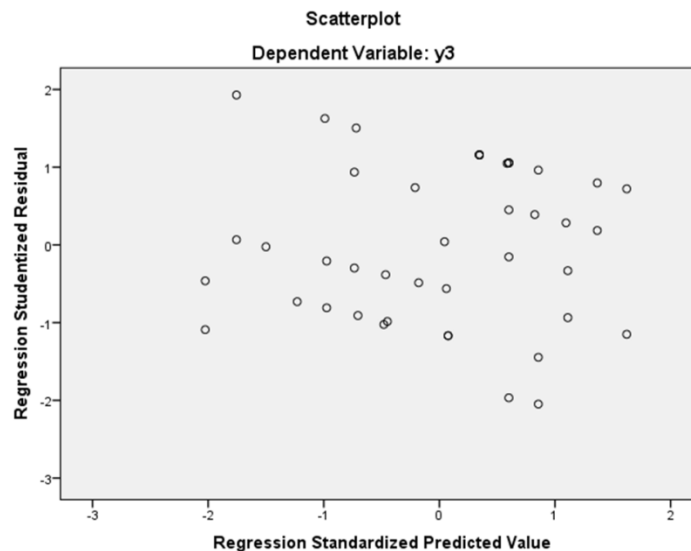
Hasil gambar grafik diatas menunjukkan bahwa sebaran titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat ditarik kesimpulannya bahwa model regresi layak digunakan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun dasar pengambilan keputusannya, jika nilai sig $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteokedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai sig $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Gambar 4.5
Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan output uji heteroskedastisitas diatas dengan scatterplots, dapat diketahui bahwa:

- Titik-titik pada data penyebaran berada di atas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- Penyebaran titik-tik data membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali pada persebarannya.
- Penyebaran titik-titik data tersebut tidak berpola.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteoskedastisitas hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

5. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi berganda jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Tabel 4.28

Uji multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.937	.795		25.087	.000		
pelayanan	-.147	.022	-.421	-6.723	.000	.998	1.002
keunggulan produk	.304	.023	.834	13.324	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable: y2

Sumber : hasil data dari SPSS;23

Tabel diatas menunjukkan hasil uji multikolonieritas. Salah satu cara untuk melihat apakah model regresi multikolonieritas maka dapat dilihat dari nilai *tolerance*.

1. Nilai *tolerance*

- Jika *tolerance* > 0,1 maka variabel memenuhi asumsi bebas multikolonieritas.
- Jika *tolerance* < 0,1 maka variabel tidak memenuhi asumsi bebas multikolonieritas.

Melihat dari tabel diatas pada kolom *collinearity statistic* nilai *tolerance* pada variabel pelayanan dan keunggulan produk berada di atas 0,1 yaitu 0,998 sehingga bisa disimpulkan bahwa persamaan regresi memenuhi asumsi bebas multikolonieritas karena nilai *tolerance* > 0,1 atau 0,998 > 0,1.

2. *Variance inflation factor* (VIF)

- Jika VIF < 10 maka variabel memenuhi asumsi bebas multikolonieritas.
- Jika VIF > 10 maka variabel tidak memenuhi asumsi bebas multikolonieritas.

Melihat dari tabel diatas hasil uji multikolonieritas pada kolom *collinearity statistic* sub kolom VIF nilai *variance inflation factor* pada variabel transparansi dan akuntabilitas berada dibawah 10 yaitu 1,002 sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen tidak terjadi masalah multikolonieritas.

6. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.29

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.937	.795		25.087	.000
pelayanan	-.147	.022	-.421	-6.723	.000
keunggulan produk	.304	.023	.834	13.324	.000

a. Dependent Variable: y2

Sumber: data diolah SPSS:23

Berdasarkan hasil pengujian dalam tabel diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

α = konstanta sebesar 19,937 menyatakan bahwa jika variabel pelayanan (X1), variabel keunggulan produk (X2) dianggap konstan, maka kepuasan nasabah Bank Muamalat Balaikota Medan Akan Positif.

b 1 = -0,147 koefisien regresi pelayanan sebesar -0,147 yang berarti apabila pelayanan konstan , maka dengan meningkatkan pelayanan akan membuat kepuasan nasabah meningkat.

b 2 = 0,304 koefisien regresi keunggulan produk sebesar 0,304 yang berarti apabila keunggulan produk positif, maka dipastikan keunggulan produk menjadi hal utama bagi kepuasan nasabah.

7. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen secara individu (parsial) mempengaruhi variabel dependen. Pada uji ini menjelaskan pelayanan dan keunggulan produk secara terpisah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Tabel 4.30
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.937	.795		25.087	.000
pelayanan	-.147	.022	-.421	-6.723	.000
keunggulan produk	.304	.023	.834	13.324	.000

a. Dependent Variable: y2

Sumber: datadiolah SPSS:23

Untuk mencari nilai t_{tabel} dapat dilihat perhitungan dibawah ini :

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= T(0,05/2 ; 43 - 2 - 1) \\
 &= 0,025 ; 43 \\
 &= 2,02108 = 2,021
 \end{aligned}$$

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel Y atau hipotesis di tolak.
3. Jika nilai $T_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka ada pengaruh variabel Y atau hipotesis di terima
4. Jika nilai $T_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel Y atau hipotesis di terima.

Diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ maka dapat di simpulkan hipotesis di terima namun berdasarkan nilai $-6,723 < 2,021$ maka tidak ada pengaruh variabel X1 terhadap Y.

Dan untuk nilai bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ maka dapat di simpulkan hipotesis di terima dimana terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 terhadap Y berdasarkan nilai $13,324 > 2,021$ maka ada pengaruh variabel Y

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari Uji f yang dilakukan, dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom signifikan) lebih kecil dari *level of significant* yaitu 0,05.

Tabel 4.31
Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.032	2	7.016	107.897	.000 ^b
	Residual	2.601	40	.065		
	Total	16.632	42			

a. Dependent Variable: y2

b. Predictors: (Constant), keunggulan produk, pelayanan

Sumber: data diolah SPSS:23

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

$$F(0,05/2 ; 43 - 2) = 3,22$$

- Pengaruh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 107,897 > 3,22$, maka hal tersebut membuktikan bahwa secara simultan, pelayanan X1 keunggulan produk X2 berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah Y di Bank Muamalat Balaikota Medan.

c. Uji R² (Koefisien Determinansi)

Korelasi linier berganda digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen memberikan hamper semua informasi

yang dibutuhkan untuk memprediksi dependen. koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai R square karena lebih dapat di percaya dalam mengevaluasi model regresi.

Tabel 4.32
Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.844	.836	.25500

a. Predictors: (Constant), keunggulan produk, pelayanan

b. Dependent Variable: y2

Sumber : data diolah SPSS:23

Diketahui nilai R square 0,844 atau 84,4% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebesar 84,4% dan sisinya 15.6% dipengaruhi oleh variabel lain.

E. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penggunaan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah Bank Muamalat Balai kota Medan dan diisi oleh para nasabah, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamlata Balai kota Medan

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pelayanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -6,723 > 2,021$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Maka tidak ada pengaruh variabel X1 terhadap Y

Teller itu adalah ibarat wajah terdepan sebuah Bank, mereka bertugas yang bersentuhan dengan nasabah. Tetapi dengan salah satu sebagian dari sikap teller menyebabkan teller mendapatkan pandangan buruk terhadap para

nasabah, Dengan pelayanan yang buruk Bank tetap memiliki kepuasan nasabah tanpa harus pelayanan yang baik . Hal ini dikarenakan t_{hitung} berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan pada teller memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Balaikota Medan.

Diketahui nilai signifikan untuk keunggulan produk X_2 terhadap kepuasan nasabah Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 13.324 > t_{tabel} 2,021, sehingga dapat disimpulkan bahwa keunggulan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Maka ada pengaruh variabel X_2 terhadap Y .

Jika keunggulan produk semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi, hal ini dapat dilihat t_{hitung} berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Apakah pelayanan dan keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Balaikota Medan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Jika dilihat dari pengaruh, yang dominan berpengaruh antara pelayanan dan keunggulan produk dapat dilihat berdasarkan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel keunggulan produk merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan sebesar b_2X_2 0,304 berpengaruh positif, sedangkan pelayanan b_1X_1 sebesar -0,147 berpengaruh negatif . Hasil perhitungan regresi linear berganda, dimana nilai koefisien pelayanan sebesar -0,147 dibandingkan dengan variabel keunggulan produk hanya sebesar 0,304 sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah variabel keunggulan produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diberikan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan regresi linier dengan hasil yang menunjukkan pelayanan variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah variabel Y dengan nilai signifikan $-6,723 < 2,021$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Maka tidak ada pengaruh variabel X1 terhadap Y.
2. Berdasarkan perhitungan regresi linear, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa keunggulan produk yakni berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel Y dengan nilai signifikan $13,324 > 2,021$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan produk (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).
3. Keunggulan produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan, hal ini dapat dilihat dimana nilai $F_{hitung} 107,897 > 3,22$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi praktisi

Bank Muamalat Balaikota Medan diharapkan harus lebih meningkatkan profesional kinerja dan kualitas SDM yang baik dan didukung oleh pelayanan tinggi, maka hal itu akan menghantar lembaga perbankan menuju kesuksesan, karena kemampuan SDM yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi lembaga perbankan agar tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya.

2. Bagi nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Kinerja yang dimiliki perbankan syariah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya mencakup faktor pelayanan dan keunggulan produk saja. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang di pakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan syariah yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- AK, M. F., & Agus, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kcu Medan Sudirman. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1, 1–10. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/187>
- Amalia, E. L. (2021). STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU NGANJUK. *Doctoral Dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/8253/>
- Anderson, E.W.; Fornell, C. . L. (1994). Customer satisfaction, market share.pdf. In *Journal of Marketing* (Vol. 58, Issue 3, pp. 53–66).
- Aprilia Putri Ningtias, A. D. D. (2020). Permasalahan dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah di Kota Madiun. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 140. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7113>
- Batinggi, A., & Ahmad, B. (2014). Pengertian pelayanna Umum dan Sistem Manajemen. *Modul 1*, 1–32. <http://repository.ut.ac.id/4256/1/IPEM4429-M1.pdf>
- Dewi Septianto, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Uniqlo*. 109, 179. [http://files/134/Oleh and Aziz - 2018 - JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILM.pdf](http://files/134/Oleh%20and%20Aziz%20-%202018%20-%20JURUSAN%20ILMU%20KOMUNIKASI%20FAKULTAS%20PSIKOLOGI%20DAN%20ILM.pdf)
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Dwiyanti, E. A., & Azizah, S. N. (2018). Analisis Pengaruh Customer Focused Service terhadap Minat Nasabah pada Produk Berjangka (Deposito, Tabungan Prima Berhadiah Dan Tabungan Rencana Berhadiah) di Bank Muamalat Indonesia KCU Pondok Indah. *Dinamika*, 3(1), 97–140.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM*

- (*Jurnal Wawasan Manajemen*), 7(1), 17.
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadilla, V. (2020). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode Risk-Based Bank Rating (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia Tahun 2014-2018). *Journal Ekonomi*.
- Herning Indriastuti1 Syarifah Hidayah. (2015). *KEUNGGULAN PRODUK ICONIC ISOLATING SARUNG SAMARINDA*. 51(3), 295–298.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2), 90–97.
- Lina, D. (2014). Analisis Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Sistem Reward Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14, 77–97.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Nurhadi. (2017). Pengaruh Pelayanan Dan Produk Jasa Terhadap Komitmen Penerimaan Nasabah Pada Bank BRI Tigaraksa. *Jurnal Moneter*, IV(1), 84–90.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/1951/1465>
- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(2), 171.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172>
- P, O. V., Widiastuti, T., & Suhaji. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Sequis Life Semarang). *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 53–62.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*,

- 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Ridwan, R. (2016). Sistem Operasi Bank Syariah Dan Penyajian Dalam Akuntansi Syariah. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 9(2), 1–21. <https://doi.org/10.30984/as.v9i2.30>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sihombing, L. A., & Nuraeni, Y. (2019). Tindak Pidana Perbankan Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. *Jurnal Hukum Positum*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.35706/positum.v4i2.3179>
- Sriwidodo, U. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 164–173.
- Ummah, F. K., & Suprpto, E. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.46899/jeps.v3i2.159>
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E., Januariko, U., Ekonomi, F., Unggul, U. E., & Jeruk, K. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, 56–64.
- Woran Nita, Tumbel Altje, R. P. Van. (2016). Pengaruh Customer Relationship Marketing, Nilai, Keunggulan Produk dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Mega Jl. Piere Tendean Mega Mall Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16, No(01), 771–782.
- کوچکی، س. م. غ. و. ع.، VDMA, Fähling, J., Industry, M., Nielsch, W., Abbildung, D., Turtle, P., Lanza, G. et al., Messe, H., Cases, U., Ar-anwendungen, P., Reality, A., Werkzeug, M., App, D., Vsm, S. I. M., Technologie-Initiative SmartFactory KL e.V., BSI, B. F. S. in der I., Group, S. S., Heller, J., ... Europäische Kommission. (2018). pengaruh etika pelayanan dalam perspektif

islam terhadap kepuasan wajib pajak pada kantor samsat di kabupaten wajo.

Bitkom Research, 63(2), 1–3.

http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%

0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-

Gipfelpapier-online.pdf%0A<https://www.bitkom.org/sites/default/files/>

pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607 -Bitkom



WABITIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN KEMERDEKAAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 100/SK/BAK-PT/Akred/PT/11/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20218 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

01 Jumadil Akhir 1444 H
 27 Desember 2022 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri
 Npm : 1901280093
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumulatif : 3,63



Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Minat Siswa Madrasah Aliyah Negeri Medan Menabung Di Bank Syariah	-	-	-
2	Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan	<i>[Signature]</i>	Uswatun MA <i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i> 10/1/23
3	Faktor-Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet	-	-	-

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

HB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI (UMSU)

Wassalam
 Hormat Saya

[Signature]
 Fitri

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [ig umsumedan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [t umsumedan](https://www.youtube.com/umsu.medan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

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

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S.Ag,MA

Nama Mahasiswa : Fitri
Npm : 1901280093
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
06/01/2023	- Revisi daftar isi sesuai panduan - Revisi latar belakang masalah - Revisi identifikasi masalah	☑	
10/01/2023	- Revisi rumusan masalah - Revisi susunan sistematika penulisan dengan penelitian kualitatif	☑	
17/01/2023	- Revisi hipotesis - Revisi format tulisan dengan panduan proposal penelitian	☑	
18/01/2023	ACE Seminar proposal	☑	

Medan, 18 Januari 2023



Assot. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Uswah Hasanah, S.Ag,MA



UMSU
Jujur | Cerdas | Terpercaya

Bila menjabar 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

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada hari **Sabtu, 11 Februari 2023 M** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fitri
Npm : 1901280093
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 11 Februari 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Pembimbing

(Uswah Hasanah, S.Ag., MA)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

Bila menandatangani surat ini agar dicantumkan Nama dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Sabtu 11 Februari 2023 M telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fitri
Npm : 1901280093
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balaikota Medan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Tuliskan masalah pada latar belakang masalah
Bab I	Perbaiki tujuan penelitian
Bab II	Tambahkan indikator masing-masing variabel pada teori Perbaiki gambar kerangka berfikir
Bab III	Perbaiki hipotesis Perbaiki penelitian terdahulu
Lainnya	Tambahkan uji F
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>


Medan, 11 Februari 2023

Tim Seminar

Ketua


(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris


(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Pembimbing


(Uswah Hasanah, S.Ag, MA)

Pembahas


(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)



Bank Muamalat

No. 069/BMI-MDN/II/2023

Medan, 21 Februari 2023 M

1 Sya'ban 1443 H

Kepada Yth.

Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA
Wakil Dekan III
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di - Tempat

Perihal : **Jawaban Atas Permohonan Izin Riset**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan nomor 144/II.3/UMSU-01/F/2023 tanggal 20 Februari 2023 perihal izin riset untuk mahasiswa di Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan Balai Kota maka dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Fitri
NIM : 1901280093
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Balai Kota Medan**

Diberikan izin melakukan riset di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balai Kota selama bulan Februari – Maret 2023.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
Cabang Medan Balai Kota


Miky Mardiansyah
Alt. Branch Manager


Bank Muamalat
Kantor Cabang Medan Balai Kota


Meidya Sari
Branch Operation Service Manager

LAMPIRAN

Correlations

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	pelayanan
x1 Pearson Correlation	1	.288	.246	.288	.251	.011	.549**
Sig. (2-tailed)		.061	.111	.061	.105	.943	.000
N	43	43	43	43	43	43	43
x2 Pearson Correlation	.288	1	.231	1.000**	.407**	.352*	.858**
Sig. (2-tailed)	.061		.136	.000	.007	.021	.000
N	43	43	43	43	43	43	43
x3 Pearson Correlation	.246	.231	1	.231	.121	-.099	.403**
Sig. (2-tailed)	.111	.136		.136	.439	.528	.007
N	43	43	43	43	43	43	43
x4 Pearson Correlation	.288	1.000**	.231	1	.407**	.352*	.858**
Sig. (2-tailed)	.061	.000	.136		.007	.021	.000
N	43	43	43	43	43	43	43
x5 Pearson Correlation	.251	.407**	.121	.407**	1	.296	.650**
Sig. (2-tailed)	.105	.007	.439	.007		.054	.000
N	43	43	43	43	43	43	43
x6 Pearson Correlation	.011	.352*	-.099	.352*	.296	1	.520**
Sig. (2-tailed)	.943	.021	.528	.021	.054		.000
N	43	43	43	43	43	43	43
Pelayan Pearson Correlation	.549**	.858**	.403**	.858**	.650**	.520**	1
anan Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000	.000	

N	43	43	43	43	43	43	43
---	----	----	----	----	----	----	----

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

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

Correlations

	x1	x2	x3	x4	x5	keunggulanproduk
x1 Pearson Correlation	1	.854**	.272	.446**	.486**	.851**
Sig. (2-tailed)		.000	.078	.003	.001	.000
N	43	43	43	43	43	43
x2 Pearson Correlation	.854**	1	.133	.406**	.557**	.823**
Sig. (2-tailed)	.000		.395	.007	.000	.000
N	43	43	43	43	43	43
x3 Pearson Correlation	.272	.133	1	.306*	.075	.483**
Sig. (2-tailed)	.078	.395		.046	.631	.001
N	43	43	43	43	43	43
x4 Pearson Correlation	.446**	.406**	.306*	1	.524**	.739**
Sig. (2-tailed)	.003	.007	.046		.000	.000
N	43	43	43	43	43	43
x5 Pearson Correlation	.486**	.557**	.075	.524**	1	.726**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.631	.000		.000
N	43	43	43	43	43	43
keunggulanproduk Pearson Correlation	.851**	.823**	.483**	.739**	.726**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
N	43	43	43	43	43	43

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

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

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	kepuasannasabah
y1	Pearson Correlation	1	.440**	.439**	.147	.911**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.345	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43
y2	Pearson Correlation	.440**	1	.440**	.272	.367*	.707**
	Sig. (2-tailed)	.003		.003	.078	.015	.000
	N	43	43	43	43	43	43
y3	Pearson Correlation	.439**	.440**	1	.147	.445**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003		.345	.003	.000
	N	43	43	43	43	43	43
y4	Pearson Correlation	.147	.272	.147	1	.193	.474**
	Sig. (2-tailed)	.345	.078	.345		.215	.001
	N	43	43	43	43	43	43
y5	Pearson Correlation	.911**	.367*	.445**	.193	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.003	.215		.000
	N	43	43	43	43	43	43
kepuasannasabah	Pearson Correlation	.836**	.707**	.702**	.474**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	43	43	43	43	43	43

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

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

Reliability**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

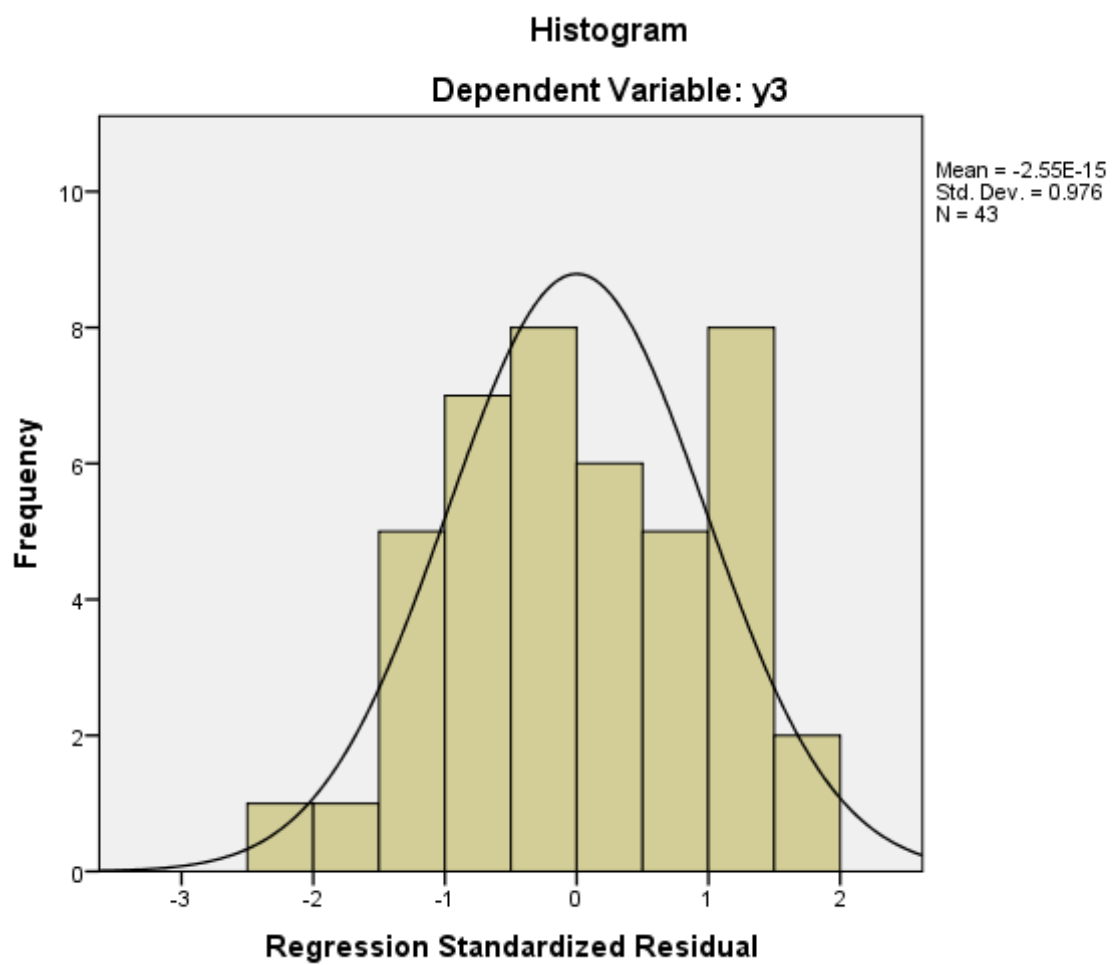
Reliability Statistics

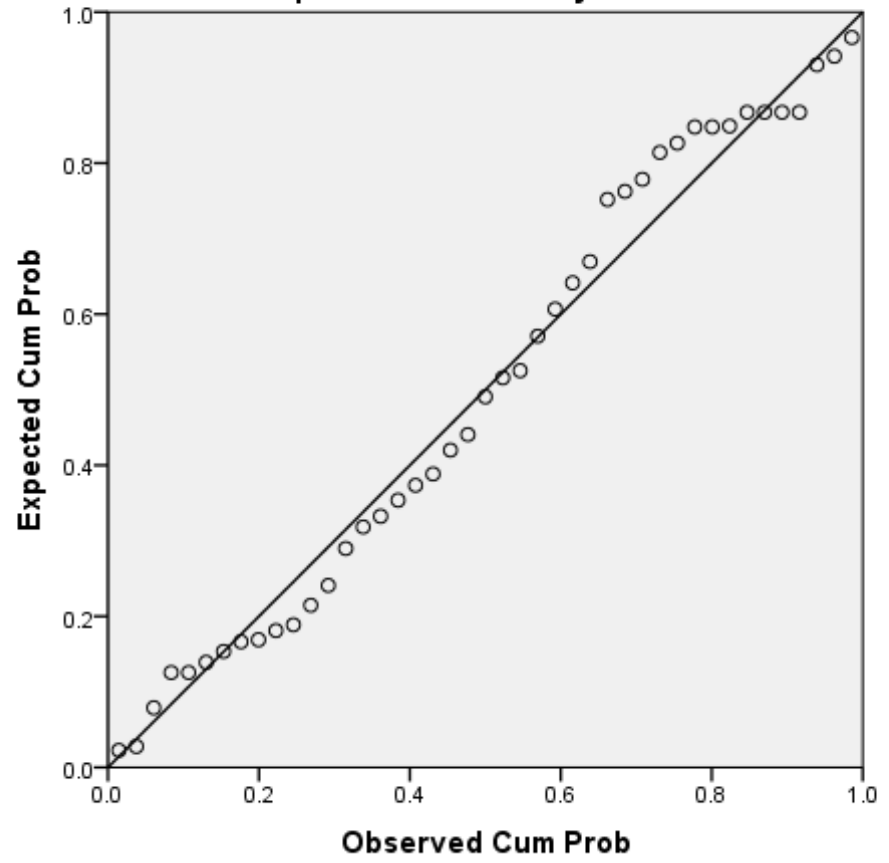
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

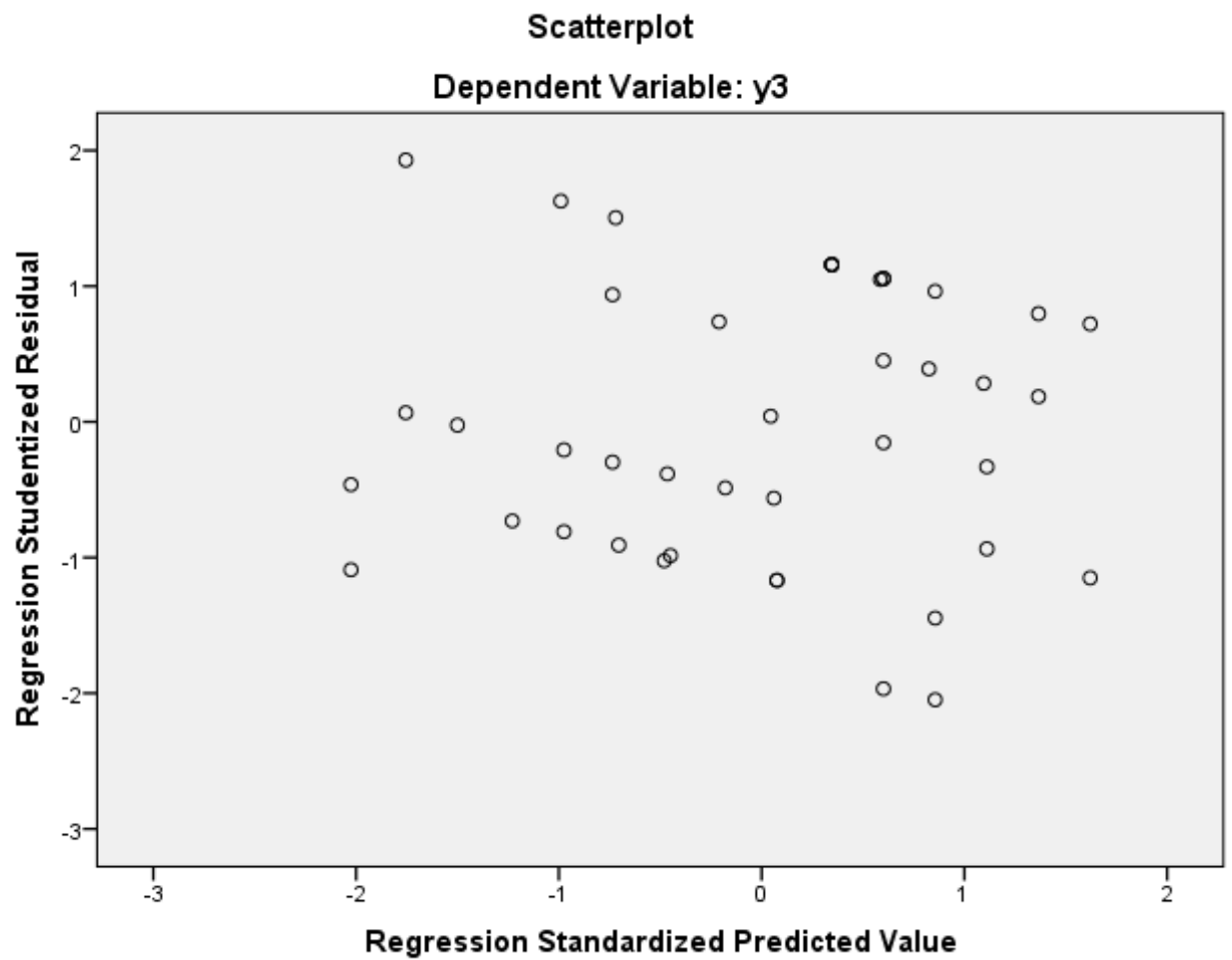
Regression**Notes**

Output Created	18-MAY-2023 22:27:46
Comments	
Input	DataSet4
Active Dataset	
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	43
Missing Value Handling Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT y3 /METHOD=ENTER X1 X2 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID. </pre>

Resources	Processor Time	00:00:00,81
	Elapsed Time	00:00:00,74
	Memory Required	3184 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	664 bytes
Variables Created or Modified	RES_5	Unstandardized Residual



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: y3**



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	keunggulan produk, pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y3

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.643	.42499

a. Predictors: (Constant), keunggulan produk, pelayanan

b. Dependent Variable: y3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.032	2	7.016	38.843	.000 ^b
	Residual	7.225	40	.181		
	Total	21.256	42			

a. Dependent Variable: y3

b. Predictors: (Constant), keunggulan produk, pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.937	1.325		15.052	.000		
	pelayanan	-.147	.037	-.372	-4.034	.000	.998	1.002
	keunggulan produk	.304	.038	.738	7.994	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable: y3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.937	1.325		15.052	.000
	pelayanan	-.147	.037	-.372	-4.034	.000
	keunggulan produk	.304	.038	.738	7.994	.000

a. Dependent Variable: y3

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	pelayanan	keunggulan produk
1	1	2.994	1.000	.00	.00	.00
	2	.005	25.670	.01	.37	.67
	3	.002	43.546	.99	.63	.33

a. Dependent Variable: y3

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21.7363	23.8436	22.9070	.57800	43
Std. Predicted Value	-2.025	1.620	.000	1.000	43
Standard Error of Predicted Value	.074	.157	.110	.023	43
Adjusted Predicted Value	21.7620	23.9012	22.9053	.57740	43

Residual	-.85040	.77685	.00000	.41475	43
Std. Residual	-2.001	1.828	.000	.976	43
Stud. Residual	-2.048	1.929	.002	1.009	43
Deleted Residual	-.89104	.86493	.00172	.44394	43
Stud. Deleted Residual	-2.138	2.000	.001	1.024	43
Mahal. Distance	.283	4.737	1.953	1.199	43
Cook's Distance	.000	.141	.023	.027	43
Centered Leverage Value	.007	.113	.047	.029	43

a. Dependent Variable: y3

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : FITRI
Tempat / Tgl Lahir : Perdagangan, 25 Oktober 2001
Alamat : Marendal II Dusun II Jl. Nusa Indah
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Warga Negara : Indonesia
No. Hanphone : +62 813 6012 5978
Email : syahfitrisukma622@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Jumal
Nama Ibu : Suriati
Alamat Orang Tua : Marendal II Dusun II Jl. Nusa Indah

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

1. SD MIS Al-Hidayah 2007 – 2013
2. MTs PP Mawaridusallam 2013 – 2016
3. Aliyah PP Mawaridusallam 2016 – 2019
4. S1-Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah