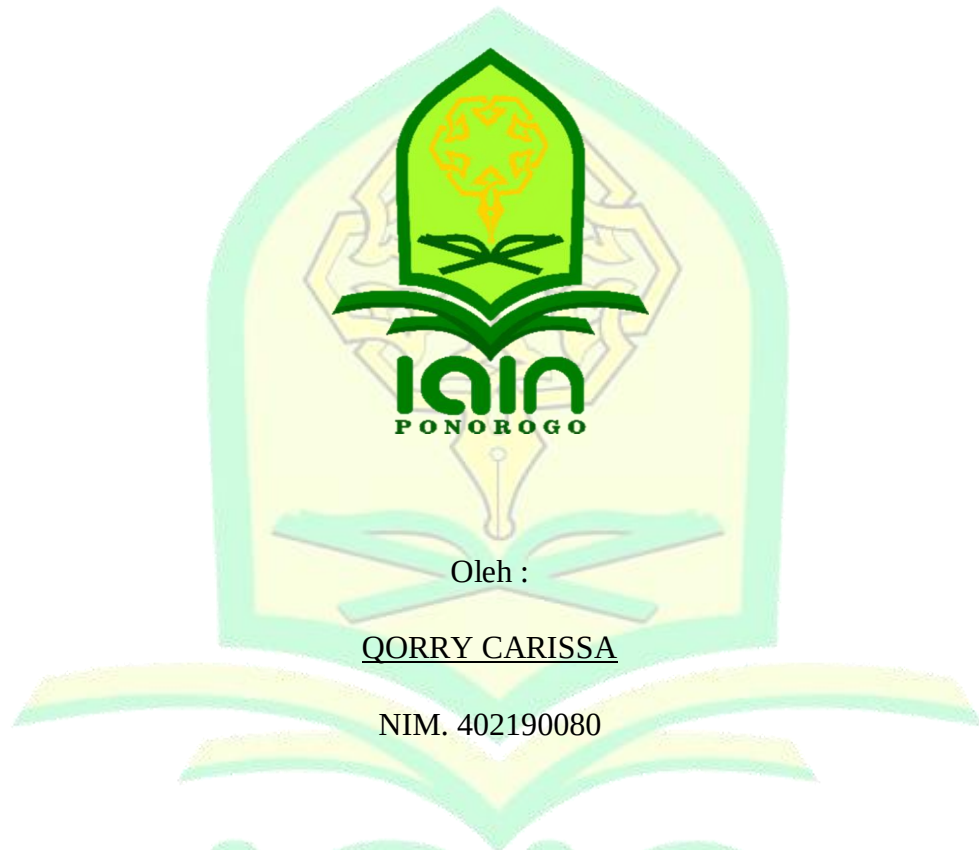


**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK MUAMALAT PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

QORRY CARISSA

NIM. 402190080

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

2023

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK MUAMALAT PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar
sarjana ekonomi program strata satu (S-1)**



Oleh :

QORRY CARISSA

NIM. 402190080

Pembimbing :

ESTU UNGGUL DRAJAT, M.Ec. Dev.

NIP. 199209262020121015

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

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Qorry Carissa

NIM : 402190080

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK MUAMALAT PONOROGO.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagi tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo,

Pembuat Pernyataan,



Qorry Carissa

Nim 402190080



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Qorry Carissa

Nim : 402190080

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk

Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Saya dengan ini memberikan persetujuan untuk mempublikasikan skripsi saya pada perpustakaan digital IAIN Ponorogo yang akan diakses di theses.iainponorogo.ac.id. dan memperbolehkan skripsi saya digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan



Qorry Carissa

402190080



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang dibawah ini menerangkan skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Qorry Carissa	402190080	Perbankan Syariah	Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui,

Ketuan Jurusan Perbankan Syariah



Muhtadin Amri, M.S.Ak.

NIP. 198907102018011001

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Menyetujui,

Estu Unggul Drajat, M.Ec. Dev.

NIP. 199209262020121015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk
Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Nama : Qorry Carissa

NIM : 402190080

Jurusan : Perbankan Syariah

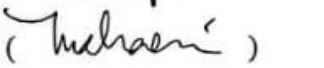
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I
NIP. 197502072009011007

Penguji I :
Dr. Shinta Maharani, M.AK.
NIP. 197905252003122002

Penguji II :
Estu Unggul Drajat, M.Ec. Dev.
NIP. 199209262020121015

()
()
()

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Mengesahkan,

Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

ABSTRAK

Carissa, Qorry. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Estu Unggul Drajat, M.Ec. Dev.

Kata Kunci : Bank Syariah, Fasilitas, Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurang puas yang dirasakan nasabah Bank Muamalat Ponorogo dikarenakan fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk yang kurang maksimal. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Bank Muamalat Ponorogo diperlukan fasilitas yang lengkap pelayanan yang maksimal dan kualitas produk yang baik. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk di Bank Muamalat Ponorogo.

Tujuan utama dari penelitian ini untuk menganalisis fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dan teknik random sampling. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah penabung Bank Muamalat Ponorogo yang berjumlah 6684 orang. Dan didapatkan sampel sebanyak 200 orang responden yang diperoleh dengan perhitungan rumus Slovin. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan uji t, dengan menggunakan bantuan software SPSS For windows Versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat Ponorogo, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat Ponorogo, Fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat Ponorogo.

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya”¹



¹ Al-Qur'an, 99:7

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta keistiqomahan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mendapat syafa'atnya baik di dunia maupun di akhirat.

Tiada lembar paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan rasa penuh bahagia penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang terkasih terutama untuk:

1. Yang paling istimewa yakni kedua orang tua saya yang tercinta dan tersayang, untuk Bapak Supriyanto dan Ibu Pains sebagai tanda bakti yang telah membesarkan, membimbing, menasehati dan rasa cinta kasih sayang kepada penulis hingga bisa seperti sekarang ini. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat, doa terbaik dan dukungan penuh yang tidak pernah berhenti diberikan kepada saya. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan serta kebahagiaan selalu.
2. Saudara kandung saya Arie Yudha Wardana, saudara ipar saya Ella Ratna Dewi serta keponakan saya Raffasya Zayn Alfiano Wardana yang selalu memberi dorongan, motivasi dan juga semangat. Semoga selalu diberkahi dan selalu diberikan kesehatan.
3. Sahabat saya para pejuang SE dan S.H., Vera Yustika, Yuliantina Tri Cahyani, Rinda Eka Puspitasari, Reni Mulazamah Novita Ayu Faradila dan Resya Bella. Terima kasih banyak atas semangat, motivasi, bantuan serta *support* yang telah kalian berikan.
4. Teman-teman kelas Perbankan Syariah C, terima kasih atas dukungan, semangat dan bantuan kalian semua selama 4 tahun perkuliahan.

Ponorogo, 27 Oktober 2023

Qorry Carissa

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan melimpahkan rahmat, hidayah dan taufiq serta inayahNya, sehingga dengan pertolongan Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Ponorogo" dengan lancar.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiah, M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Muhtadin Amri, M.S.AK., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan arahan dan semangat serta bimbingan selama perkuliahan.
4. Estu Unggul Drajat, M.Ec. Dev. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran serta sabar dalam membimbing selama penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen beserta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang telah membekali dan memberikan berbagai pengetahuan kepada penulis selama kegiatan perkuliahan. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang beliau-beliau berikan dapat menjadi amal ibadah dan semoga mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT, aamiin.

Penulis sangat menyadari keterbatasan dan kekurangan karena skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis berharap hasil dan apa yang terkandung pada penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Penyusun,

(Qorry Carissa)



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II. LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Kepuasan.....	14
a. Pengertian Kepuasan.....	14
b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	15
c. Indikator Kepuasan Nasabah.....	16
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan.....	18
e. Faktor-Faktor yang Meningkatkan Kepuasan.....	19
2. Fasilitas.....	20
a. Definisi Fasilitas.....	20
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas.....	22
3. Kualitas Layanan.....	24
a. Definisi Kualitas Layanan.....	24
b. Indikator Kualitas Layanan.....	26
c. Karakteristik Kualitas Layanan.....	27

4. Kualitas Produk.....	28
a. Definisi Kualitas Produk.....	28
b. Karakteristik Kualitas Produk.....	29
c. Indikator Kualitas Produk.....	31
d. Manfaat Meningkatkan Produk yang Baik.....	32
B. Studi Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pemikiran.....	40
D. Hipotesis.....	42
BAB III. METODE PENELITIAN.....	44
A. Rancangan Penelitian.....	44
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
1. Variabel Penelitian.....	44
2. Devinisi Operasional.....	45
C. Lokasi Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	48
E. Jenis dan Sumber Data.....	49
F. Metode Pengumpulan Data.....	50
G. Insrumen Penelitian.....	50
H. Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	51
1. Validitas.....	51
2. Reabilitas.....	52
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	52
1. Uji Asumsi Klasik.....	52
2. Uji Regresi Linear Sederhana.....	54
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	55
4. Uji Koefisien Determinasi.....	55
5. Uji Hipotesis.....	56
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	58
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reabilitas).....	67
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	70
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
E. Pembahasan.....	87
BAB V. PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91

B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	99
RIWAYAT HIDUP.....	133



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum, bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang.¹ Bukan hanya sebagai penyalur dana, akan tetapi fungsi bank juga sebagai lembaga penghimpun dana dari masyarakat, di mana penghimpunan dana tersebut dapat berbentuk giro, tabungan atau deposito. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis serta melakukan pengiriman uang telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian fungsi utama perbankan modern yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dan telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam bahkan sejak zaman Rasulullah SAW. Alasan utama masyarakat beralih ke perbankan syariah adalah penghapusan adanya bunga dalam transaksi keuangan dan menerapkan konsep bagi hasil yang sesuai dengan ajaran agama Islam.²

Bank syariah berperan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Inovasi produk, peningkatan layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Untuk mengetahui jumlah nasabah yang ada di Indonesia tersebut maka perlu digunakan *market share ratio*. Apabila semakin besar *market share* bank syariah di Indonesia, semakin besar pula peran dan fungsinya bagi perekonomian nasional.

Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha.

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank, Syariah: dari teori ke praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 25.

² M. Latifa dan Mervyn K. Lewis Algaound, *Perbankan Syariah, Prinsip, Praktik, Dan Prospek*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2005), 65

Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang di mulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. “Bank Syariah diatur secara formal sejak diamanemennya UU No.7 tahun 1992 dengan UU No.10 tahun 1998 dan UU No.23 tahun 1999”. UU No. 9 2004 tentang Bank Indonesia dan terakhir diubah dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.³

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) jumlah *market share* bank syariah pada tahun 2011 mencapai 3,98%, di tahun 2012 mencapai 3,94%, tahun 2013 mencapai 4,31%, tahun 2014 mencapai 4,85, tahun 2015 4,83%, tahun 2016 mencapai 5,33%, tahun 2017 mencapai 5,57%, tahun 2018 5,96%, tahun 2019 mencapai 6,12%, tahun 2020 mencapai 6,51% dan tahun 2021 mencapai 6,52%.⁴ Berdasarkan jumlah *market share* tersebut, tahun 2011 memperoleh angka 3,98% lalu di tahun 2012 mengalami penurunan, sehingga jumlah *market share* mencapai 3,94%. Namun di tahun berikutnya mengalami peningkatan jumlah market share. Pada *market share* perbankan syariah menunjukkan bahwa terdapat peningkatan, meskipun pertumbuhan pertumbuhan perbankan syariah di bulan Desember 2016 mengalami penurunan. Pada tahun 2016 *market share* perbankan syariah mencapai sebesar 5,33%.⁵ Namun di tahun 2017 hingga 2021 mengalami peningkatan jumlah *market share*. Dalam hal ini persentase jumlah *market share* tersebut naik, namun tidak signifikan sehingga hal tersebut mengakibatkan jumlah *market share* bank syariah dapat dikatakan rendah.

Hal tersebut dikarenakan rendahnya produk yang ditawarkan kalah bersaing dengan bank konvensional seperti akses produk yang masih terbatas, harga produk yang kurang kompetitif serta kualitas yang lebih

³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal.31

⁴ <https://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 15 Agustus 2022 pukul 10.00 WIB.

⁵ Selvi Adelia, Sri Andriani, and Nova Aditya Ananda, “Analisis Faktor –Faktor Keuangan Dan Aspek Teknologi Terhadap Market Share Perbankan Di Indonesia Periode 2013-2017,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 3, No. 2 (Desember 2018), 1.

rendah.⁶ Setidaknya ada tiga alasan mengapa *market share* perbankan syariah masih rendah yaitu: Pertama, rendahnya literasi perbankan syariah masyarakat tentang perbankan syariah; Kedua, infrastruktur dan kualitas pelayanan bank syariah masih kurang dibandingkan dengan perbankan konvensional; dan Ketiga, keunggulan non teknis (lebih berpengalaman) bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.⁷ Jadi dalam hal ini alasan masyarakat muslim tidak menggunakan bank syariah tersebut dikarenakan sedikitnya pengetahuan dan keingintahuan masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah akan berdampak pada kesalahan persepsi yang belum tepat terhadap keberadaan bank syariah.

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Bank Muamalat mulai beroperasi pada Mei 1992. Pendirian Bank Muamalat Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang kemudian didukung oleh sekelompok pengusaha dan ulama Muslim. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank pertama di Indonesia yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Bank Muamalat Indonesia mengelola operasinya dengan tujuan menghasilkan keuntungan di bawah perlindungan dan bimbingan Bank Indonesia, beroperasi berdasarkan hukum syariah, memiliki prinsip yang harus diikuti, yaitu melarang penggunaan instrumen suku bunga (Rambe, 2020).⁸

Kepuasan nasabah menjadi salah satu fokus perhatian dari semua pihak, baik dari pemerintahan, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya.

⁶ <https://www.merdeka.com/uang/bos-ojk-akui-perbankan-syariah-masih-kalah-bersaing-dari-konvensional.html> diakses pada tanggal 15 Agustus pukul 15.00 WIB.

⁷ Fetria Eka Yudiana, “Modifikasi Branchless Banking Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal”, *Jurnal Muqtasid* 9, No. 1 (Juni 2019): 15.

⁸ Ihsan Rambe, “Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk”, *Jurnal Al-Iqtishad* Edisi 16, Vol. 1 (2020) hal. 20

Hal ini disebabkan karena semakin banyak pemahaman mereka mengenai arti dari kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah adalah hal yang sangat penting bagi penyelenggara jasa, dikarenakan ketika nasabah merasakan kepuasan, maka nasabah akan menyebarluaskan kepuasannya kepada orang lain, sehingga hal ini akan menaikkan reputasi pemberi jasa tersebut.⁹

Kepuasan nasabah sangat berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah dan meningkat atau menurunnya reputasi bank. Karena seseorang nasabah merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri perbankan. Namun seringkali ketika melayani seseorang karyawan lupa akan fungsinya, yakni berada pada satu titik di bawah nasabah, dalam arti ketika kita sedang melayani nasabah posisi kita lebih rendah daripada nasabah. Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan bank.¹⁰

Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk kedepannya, atau mungkin ada beberapa hal yang harus diubah ataupun dikembangkan jika nasabah merasa kurang puas bahkan tidak puas dan dirugikan. Jika nasabah merasa tidak puas pasti nasabah tidak ingin kembali lagi dan bisa mengeluh kepada nasabah lain. Hal ini akan menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut.¹¹ Menurut Widodo dalam Wedarini (2012 : 28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli dan yang akan memberitahu orang lain tentang pengalaman baiknya saat menggunakan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

⁹ Muhammad Adam, *Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 17

¹⁰ Mansur Aziz, "Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan" *Activa : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (Oktober 2018): 89.

¹¹ Intan Monica Alma Sangi dll. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana" *Productivity*, Vol. 3 No. 2 (2022), 107-108

Menurut Fandi Tjiptono faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan nasabah adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya, promosi, fasilitas, lokasi, kemudahan, kepercayaan, *service quality*, religiusitas, kenyamanan. Dari beberapa faktor diatas peneliti memilih faktor fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan sangatlah penting untuk kepuasan nasabah karena memiliki suatu komitmen untuk merealisasi konsep yang berorientasi pada nasabah¹²

Beberapa faktor pendukung kepuasan nasabah salah satunya adalah fasilitas. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009 : 45). Menurut Yuriansyah (2013:31) fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen akan menarik perhatian konsumen untuk datang dan membuat perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis. Menurut Fandi Tjiptono, apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.

Pada saat ini nasabah sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang terdapat di bank, baik dari tampilan gedung bank, area parkir, ruang tunggu, keamanan dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting yaitu mengenai fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam memberikan kemudahan dalam bertransaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM, *mobile banking*, *sms banking*, *internet banking*, *computer banking*

¹² Fandi Tjiptono dan Gregorius C, *Pemasaran Startegis Mengupas Pemasaran startegik Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Komeptitif hingga E-Marketing*. (Yogyakarta :Cv Andi Offset, 2012). 123

dan sebagainya.¹³ Faktor yang mempengaruhi fasilitas meliputi pertimbangan/perencanaan spesial (penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya), perencanaan ruangan serta perlengkapan dan peralatan.¹⁴

Selain faktor fasilitas, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan. Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat memenangkan persaingan dalam keadaan yang semakin ketat. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus mendapatkan karyawan yang berkualitas, dapat dipercaya, patuh akan operasional bank terhadap prinsip syariah, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya.¹⁵

Menurut Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut M. Nur Rianto, ukuran untuk kualitas pelayanan bukan ditentukan oleh pihak yang melayani saja, akan tetapi banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, hal ini dikarenakan nasabahlah yang menikmati pelayanan yang diberikan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan tersebut berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan.¹⁶ Menurut Rambat Lupiyadi terdapat dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*.¹⁷

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan nasabah karena kualitas produk yang baik akan menciptakan,

¹³ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110

¹⁴ Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 3

¹⁵ Vivi Lutviatin, Luthfi Hadi Aminudin. "Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul Wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Prinsip Syariah", *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 4 No. 2 (2022): 133.

¹⁶ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Alfabeta, 2010), 210.

¹⁷ Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat), 216

mempertahankan dan menjadikan nasabah loyal. Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termaksud keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.¹⁸ Menurut Lupiyoadi (2013), salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Perbankan harus mempunyai kemampuan dalam mengembangkan produk ataupun jasa yang ditawarkan agar dapat beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Produk bank yang inovatif dan bermutu tinggi mampu menarik lebih banyak nasabah. Semakin berkualitas suatu produk diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga akan menimbulkan kepuasan dalam diri nasabah.¹⁹ Menurut Tjiptono (2002:22) produk dapat pula diartikan sebagai persepsi 2 pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Oleh karena itu tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk akan bergantung kepada kualitas produk itu sendiri.

Bank Muamalat mengalami tingkat persaingan yang tinggi dan menyadari pentingnya tingkat kepuasan nasabah dalam dunia perbankan. Persaingan yang tinggi tersebut menuntut Bank Muamalat untuk terus menerus meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara menarik nasabah dan juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, baik yang ingin mengajukan pembiayaan maupun yang ingin menyimpan hartanya dengan menggunakan jasa dari Bank Muamalat, oleh karena itu Bank Muamalat dituntut harus memberikan pelayanan yang berkualitas

¹⁸ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Tejemahan : Benyamin. Jilid 1. Edisi 11. Jakarta : Indeks

¹⁹ Dandy Kurnia, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah Dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN", *UG Jurnal* Vol. 10 No. 12 (2016)

sesuai dengan keinginan nasabah agar nasabah merasa puas terhadap Bank Muamalat.²⁰

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di Bank Muamalat Ponorogo terdapat banyak keluhan nasabah contohnya mesin ATM yang terbatas, pelayanan yang lama dan sebagainya. Apabila bank tersebut memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah, maka akan membuat nasabah merasa puas dan membuat nasabah tersebut untuk tidak berpindah ke Bank lain. Pada produk yang ada di Bank Muamalat terdapat banyak nasabah yang membuka rekening dengan SAO (*Smart Account Opening*) serta dalam produk pembiayaan hanya terdapat *murabahah* dan *musyarakah*, Bank Muamalat perlu ditingkatkan lagi supaya nasabah merasa puas dengan apa yang ada pada produk Bank Muamalat

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti adalah saat peneliti datang ke Bank Muamalat Ponorogo yakni nasabah yang datang biasanya melakukan transaksi seperti menabung, transfer uang dan lain-lain. Hal ini menunjukkan minat nasabah dalam bertransaksi di Bank Muamalat tetap ada walaupun ada pula Bank konvensional yang membuat persaingan antar perbankan ini semakin ketat.

Menurut hasil wawancara dengan ibu Asih yang merupakan salah satu nasabah bank muamalat ponorogo bahwa nasabah tersebut belum merasa puas dengan kualitas produk pada Bank Muamalat Ponorogo, dikarenakan produk-produk Bank Muamalat masih belum sesuai dengan harapan nasabah. Serta dalam hal kualitas layanan, nasabah masih kurang puas dikarenakan pihak bank kurang cepat dalam menangani masalah.²¹

Berdasarkan penelitian terdahulu mengindikasikan adanya *research gap* dari adanya variabel independen dan variabel dependen.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Asih, wawancara, 6 Juni 2023

Tabel 1.1**Research Gap dari fasilitas terhadap kepuasan nasabah**

Hasil Penelitian	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah	Wulan Sri Devi ²²	Oniansyah, Nova Adhitya Ananda, Reza Muhammad Rizqi ²³

Berdasarkan tabel 1.1 hasil penelitian yang diteliti oleh Wulan Sri Devi menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil penelitian menurut Oniansyah, Nova Adhitya Ananda dan Reza Muhammad Rizqi fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.2**Research Gap dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah**

Hasil Penelitian	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah	Wulan Sri Devi ²⁴	Bunga Vabiola Ghantynireta, Inayatillah, Evriyenni ²⁵

Berdasarkan tabel 1.2 hasil penelitian yang diteliti oleh Wulan Sri Devi menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil penelitian menurut Bunga Vabiola

²² Wulan Sri Devi “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank Aceh Syariah Kcp Ulee Kareng”, *skripsi*, (2020), 84

²³ Oniansyah dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol.2 No.2 (Desember 2019), 25

²⁴ Wulan Sri Devi “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank Aceh Syariah Kcp Ulee Kareng”, *skripsi* (2020), 84

²⁵ Bunga Vabiola Ghantynireta dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)” *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business* Vol. 2 No. 2 (November 2021), 93

Ghantynireta, Inayatillah dan Evriyenni kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.3

***Reaserch Gap* dari kualitas produk terhadap kepuasan nasabah**

Hasil Penelitian	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	Rachmad Hidayat ²⁶	Nino Nopriandi Saleh ²⁷

Berdasarkan tabel 1.2, hasil penelitian yang diteliti oleh Rachmad Hidayat kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nino Nopriandi Saleh kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dari fenomena data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Kepuasan Nasabah.

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bank memberikan fasilitas kepada nasabah, bagaimana pelayanan yang dilakukan bank terhadap nasabah, serta kualitas produk yang dimiliki Bank Muamalat tersebut apakah nasabah sudah puas terhadap pruduk Bank Muamalat tersebut. Apabila di dalam suatu bank tersebut memberikan fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah

²⁶ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri" *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, (Maret 2009), 70

²⁷ Nino Nopriandi Saleh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Jakarta Sunter" *Jurnal Ekonomi dan Industri* Vol. 20 No. 1, (Januari-April 2019)

tersebut, akan membuat nasabah merasa puas terhadap bank muamalat tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tempat penelitian yang berbeda.

Melihat uraian di atas tentang fenomena yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo”** dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel dan juga sebagai acuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo?
2. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo?
3. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo?
4. Adakah pengaruh fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo
2. Untuk menguji dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo
3. Untuk menguji dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo
4. Untuk menguji dan menganalisis mengenai pengaruh fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmu dibidang keilmuan maupun mengembangkan ilmiah mengenai fasilitas, layanan, produk dan kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Muamalat

Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga nasabah merasa puas.

b. Bagi Peneliti yang akan Datang

Sebagai acuan untuk referensi dan juga bisa menambah wawasan bagi peneliti yang meneliti dalam bidang perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah untuk mempermudah pembahasan penulisan skripsi yang dibagi menjadi lima bab. Dalam setiap bab nya terdiri dari sub bab yang saling terhubung satu sama lain sebagai pembahasan yang utuh. Berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan dan sistematika penulisan. Data umum dalam penelitian kuantitatif ditulis secara singkat di latar belakang.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis. Landasan teori memuat penjelasan variabel-variabel yang ada di rumusan masalah. Penelitian terdahulu berisi tentang penelitian yang di lakukan terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan kajian yang akan dilakukan oleh peneliti. Kerangka berfikir berisi

kerangka kosep dan landasan teori tentang kepuasan, fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode apa saja yang digunakan dalam penelitian ini seperti menjelaskan tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi, rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, intrumen penelitian, validitas dan reabilitas instrument, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang mana data tersebut dikelompokkan dalam beberapa sub bab berupa data umum dan data khusus serta hasil temuan atas variabel penelitian. Selanjutnya dalam bab ini, data yang diperoleh tersebut dianalisis dengan metode analisis yang telah dijabarkan pada bab III untuk kemudian diteliti lebih lanjut dan diambil kesimpulannya pada sub bab pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditulis peneliti untuk menyampaikan masalah yang dikemukakan untuk peneliti lebih lanjut.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Usaha mewujudkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Performa suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap minat pelanggan sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya, strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu penyedia jasa.¹

Kepuasan menurut kamus Kamus Bahasa Indonesia adalah “puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa”.² Kepuasan konsumen adalah “konsumen yang merasa bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang mereka harapkan serta terpenuhi secara baik”

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen tidak akan merasa puas, apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi maka

¹ Sumarsid and Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah* 12, no. 1 (January 2022): 77.

² Ade Syarif Maulana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI”, *Jurnal Ekonomi Volume* 7, No.2, (November, 2016)

konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi ekspektasi maka konsumen akan merasa sangat puas.³

b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Terdapat empat metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 1997) :⁴

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi kepada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (tempat yang mudah diakses dan sering dilalui oleh pelanggan), kartu komentar (yang dapat diisi langsung maupun yang dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain. Informasi yang diperoleh pada media ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka lantas melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai keluhan dan kelemahan jasa perusahaan. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani

³ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*, (Jakarta : Erlangga, 2017), 196

⁴ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer, Edisi 1* (Yogyakarta: Andi, 2000), 102

permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah atau keluhan pelanggan.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok, agar memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) *Survey Kepuasan Pelanggan*

Umumnya sebagian besar dari penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode *survey*, baik via pos, telepon, email maupun wawancara langsung. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono, yaitu:⁵

1) *Kesesuaian Harapan*

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen. Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney, “Kesesuaian harapan adalah kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Selanjutnya Lopez

⁵ Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Pertama*. (Surabaya: UNITOMO Press, 2019), 92

(2009:487) “Memandang harapan merupakan ekspektasi yang berinteraksi dengan pengharapan untuk mewujudkan kemungkinan dan berpengaruh pada tujuan yang dicapai”. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa kesesuaian harapan adalah sesuatu harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari perusahaan.⁶

2) Minat Berkunjung kembali (Beli Ulang)

Menurut Hawkins dan Lonney, minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Kemudian menurut Kotler & Philip, “Minat beli ulang yaitu sebagai tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya.

Sedangkan menurut Tjiptono, “Minat beli ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa Minat berkunjung kembali (beli ulang) adalah kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sehingga pelanggan melanjutkan pembelian berulang-ulang.

3) Kesediaan Merekomendasikan

Menurut Hawkins dan Lonney, “Kesediaan merekomendasikan adalah kesediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti”. Kemudian menurut Tjiptono, “Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman maupun keluarganya”.

⁶ *Ibid.*

Selanjutnya menurut Luwis dan Harsini, “Rekomendasi yaitu suatu bentuk komunikasi yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut kepada orang lain”.

d. Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:⁷

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiahhadiah.

4. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

⁷ Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 195

5. Pelayanan Karyawan

Pelayanan Karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

e. Faktor- Faktor yang Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Ada empat faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:⁸

- 1) Petugas *customer service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- 2) Sebagai *customer service* cepat tanggap terhadap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Disamping itu pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- 3) Menyediakan ruang tunggu yang nyaman, seperti ruangan yang luas, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang

⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Bank* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 83

indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, dan nasabah selalu merasa aman.

- 4) Tersedia brosur yang lengkap dengan penjelasan yang mudah dipahami sehingga sesuai dengan keinginan.

2. Fasilitas

a. Definisi Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa dan pendukung kenyamanan konsumen. Definisi lain menjelaskan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, tidak dapat dicium dan tidak dapat diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai sesuatu yang diberikan oleh bank dalam hal fasilitas.⁹

Menurut Kotler fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal.¹⁰ Menurut Rhenald Kasali, fasilitas dapat diartikan sebagai sarana dan prasana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah. Seperti halnya standar dari kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan dapat memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan

⁹ Palenewen Pieter, *at.al* "Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pmbantu Palu" *Jurnal EMBA*, Vol 02. No. 3 (2014) h 187.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 45.

bertransaksi di bank, sehingga bank mampu melaksanakan fungsinya sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut. Fasilitas merupakan sarana prasana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.¹¹

Menurut Lupiyoadi fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan, yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja.¹² Sejumlah riset menunjukkan bahwa fasilitas (*serviscape*) bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan kepuasan pelanggan dan perilaku lainnya.

Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas.¹³ Pada saat ini nasabah sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang terdapat di bank, baik dari tampilan gedung bank, area parkir, ruang tunggu, keamanan dan sebagainya. Fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan mudah.

¹¹ Seanewati Oetama, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit," *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, (2017), 60.

¹² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 148.

¹³ Suyitno, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien", *Jurnal Of Applied Business Administration*, Vol .2 No .1 (2018), 136

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan suatu wadah dari perusahaan, untuk mempermudah setiap kegiatan nasabah yang berhubungan dengan kegiatan nasabah.

Menurut Fandy Tjiptono, Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa yaitu :¹⁴

1) Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa

Sifat suatu layanan sering kali dapat menentukan berbagai persyaratan desain. Desain fasilitas yang benar mampu memberikan beberapa manfaat, perusahaan seperti itu mudah dikenali dan desain interiornya mencirikan sifat layanan di dalamnya.

2) Ketersediaan Tanah dan Kebutuhan Ruang

Semua perusahaan jasa perlu lokasi untuk membuat fasilitas layanan. Dalam menentukan lokasi, beberapa faktor perlu dipertimbangkan, yaitu kapasitas keuangan, peraturan pemerintah terkait kepemilikan tanah dan pembebasan lahan, dan lain-lain.

3) Fleksibilitas

Fleksibilitas desain dibutuhkan jika permintaan berfluktuasi sering dan spesifikasi layanan berkembang, membuat risiko keuangan menjadi masalah utama.

4) Faktor Estetis

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2018), 46.

Fasilitas layanan yang rapi dan menarik bisa meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap layanan dan aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerja akan meningkat.

5) Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat dan lingkungan di sekitar fasilitas layanan merupakan peran penting dan memiliki pengaruh yang besar pada perusahaan. Dan jika perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan dapat terancam.

6) Biaya Kontruksi dan Operasi

Kedua jenis biaya ini berpengaruh pada desain fasilitas. Biaya kontruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan. Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas jasa memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. Perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas jasa. Adapun unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam tata letak fasilitas jasa meliputi :¹⁵

a) Pertimbangan atau Perencanaan Spesial

Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. Respon inilah yang dipersepsikan sebagai kualitas visual. Kualitas ini dapat dimanipulasi atau dikendalikan perancang untuk menciptakan lingkungan tertentu yang mampu mendorong terbentuknya respon yang diinginkan dari pelanggan

b) Perencanaan Ruangan

¹⁵ *Ibid.*

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

c) Perlengkapan atau Perabotan

Perlengkapan atau perabotan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, dan lain-lain.

d) Tata Cahaya

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (*daylighting*), warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan, dan lain-lain.

Untuk mempersentasikan variabel fasilitas agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka disusun indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan didalam kuesioner, yaitu penampilan dan keadaan lingkungan sekitar, kemapanan sarana dan prasarana, perlengkapan dan peralatan. Indikator-indikator tersebut dijabarkan berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa karena jasa dapat diartikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik atau konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan, pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.¹⁶

3. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

¹⁶ Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 3.

Setiap perusahaan harus mempertahankan citra yang baik dari produk dan perusahaannya di mata nasabah atau masyarakat umum untuk menjaga dan juga membangun kepercayaan pelanggan. Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan. Kualitas pelayanan adalah ciri-ciri dan karakteristik keseluruhan suatu produk atau jasa yang memfokuskan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan dalam pemakaian. Jadi, kualitas pelayanan adalah sebuah ciri yang di timbulkan oleh suatu jasa didalam suatu organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan.¹⁷

“Definisi kualitas pelayanan atau jasa menurut Wyckop, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Yang berarti, ada dua faktor yang dapat mempengaruhi kualitas jasa, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*).¹⁸

Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa untuk pelanggan. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang lebih hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen. Kualitas pelayanan adalah ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan

¹⁷ Riyadin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan)” *Jurnal Simplex*, Vol.2 No.1 (2019), 42

¹⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 280-281.

kebutuhan pelanggan atau yang tersirat pada diri pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan, hal ini merupakan pekerjaan setiap karyawan.¹⁹

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan. Jika jasa yang diterima atau dirasa (*perceived service*) sesuai dengan yang mereka inginkan, maka kualitas pelayanan dinilai baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dinilai sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinilai buruk.²⁰

Menurut Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

b. Indikator Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut, dapat dilihat dari lima indikator, yaitu :²¹

- 1) Berwujud (*tangibles*) yaitu menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan kesan
- Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga

¹⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91

²⁰ Fandi, Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, (2014)

²¹ Joko Bagio Susanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 06 No. 01 (2019), 130

terhadap Kepuasan yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan.

- 2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan handal dan akurat.
- 3) Daya tanggap (*responsive*) yaitu kesadaran atau keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Pada dimensi ini menekankan pada ketepatan dalam merespon keinginan konsumen.
- 4) Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini meliputi aspek pengetahuan yang dimiliki karyawan dan perilaku karyawan terhadap konsumennya.
- 5) Empati (*emphaty*) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan ke konsumen. Hal ini menunjukkan pada konsumen melalui layanan yang spesial.

c. Karakteristik Kualitas Layanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:²²

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataanya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersama.

²² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 75.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. disebut sangat baik atau terbaik sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah bank.

4. Kualitas Produk

a. Definisi Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya, begitu juga dengan kualitas produk sangatlah penting bagi perusahaan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Kualitas produk jasa perbankan juga dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah melalui ketepatan waktu pelayanan penyampaian, ketersediaan produk saat dibutuhkan, kebenaran janji promosi atas produk, keamanan dan keselamatan, fleksibilitas pembayaran, ketersediaan fasilitas pelayanan dan kemudahan pengambilan, termasuk biaya administrasi dan pemeliharanya, serta kemampuan penyempurnaan produk layanan secara terus menerus tanpa batas.²³

Kotler (2014) menyatakan kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. *The American Society for Quality* mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang

²³ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah," *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, No. 1 (Juni 2019): 489.

bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.²⁴

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diungkap para ahli diatas, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang ataupun jasa yang diukur dalam tingkatan standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Kualitas produk yang baik merupakan elemen utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Selain itu kualitas produk menjadi yang paling utama bagi perusahaan dalam mempromosikan produk, hal ini dikarenakan kualitas produk yang baik akan menentukan keputusan pembeli.

b. Karakteristik Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, Seperti halnya karakteristik jasa lainnya, produk dan jasa perbankan mempunyai karakteristik khusus, diantaranya sebagai berikut :²⁵

1) Tidak berwujud (*intangibility*)

Artinya bahwa produk dan jasa perbankan bersifat tidak dapat diraba atau dilihat yang secara fisik dapat langsung diketahui. Produk tabungan sulit diamati bentuk produknya. Buku tabungan hanyalah bentuk fisik yang merekam semua transaksi selama menabung, menarik tabungan dan memindah

²⁴ Rizal Zulkarnain dan Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 2 (2) (2018), 237

²⁵ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, Edisi 1 (Jakarta: Kencana, 2017), 122–23

bukukan, tetapi pegawai dan kinerjanya, kecepatan layanan, kenyamanan selama menabung, relative sulit untuk diamati.²⁶

2) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Seperti halnya jasa lainnya proses produksi dan konsumsi dalam jasa perbankan sangat sulit dipisahkan. Kapan proses pengajuan kredit dilakukan dan kapan nasabah mendapatkan dan menggunakan layanan kredit sangat sulit dipisahkan. Kapan produk tabungan diproduksi apakah pada saat nasabah membuka rekening tabungan, lalu meyetorkan uang ataukah pada saat merasakan manfaat menabung dan mendapatkan layanan tabungan sangat sulit dipisahkan.

3) Beranekaragam (*Variability*)

Kualitas jasa perbankan sangat bervariasi karena perbedaan kapabilitas karyawan yang memberikan layanan, perbedaan waktu, dan tempat. Meskipun teller yang memberikan layanan yang sama dalam satu hari, namun bisa jadi ketika nasabah yang sama datang ke bank waktu pagi dan siang hari kualitas layanannya berbeda. Pada pagi hari ketika suasana belum ramai, teller memberikan perhatian yang baik dan ramah, namun pada siang hari ketika banyak nasabah yang bertransaksi, dan teller sudah agak lelah kondisinya, bisa jadi perhatian teller menjadi berkurang dan kurang bersahabat. Bahkan pada jam yang sama, sering kali kualitas layanan yang diberikan berbeda, karena teller mendapatkan masalah yang mempengaruhi suasana hatinya dan kurang optimal dalam memberikan pelayanan.²⁷

4) Mudah rusak (*perishability*)

Produk dan jasa perbankan tidak dapat disimpan, oleh karena itu bagaimana mengatur pengelolaannya agar layanan

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

dapat dituntaskan merupakan hal yang penting untuk dilakukan.

5) Tidak adanya pemindahan kepemilikan (*lack of ownership*)

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan produk. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya, sedangkan pada jasa dan jasa produk nasabah tidak memiliki hal tersebut.

c. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:²⁸

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- 2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) *Esthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta : Andi, 2014), 75.

- 8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

d. Manfaat Meningkatkan Produk yang Baik

Ada banyak keuntungan atau manfaat yang dapat dipetik dengan adanya produk yang baik misalnya :²⁹

- 1) Untuk meningkatkan penjualan.

Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan dari mulut ke mulut antar nasabah. Setiap kelebihan produk tersebut akan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga berpotensi untuk menarik nasabah lain atau memaksa nasabah lama untuk menambah konsumsi produk tersebut, misalnya untuk deposito nasabah menambah jumlah depositonya, atau keluarganya untuk membuka tabungan di bank tersebut pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

- 2) Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya.

Hal ini disebabkan produk yang dijual memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing, misalnya dalam hal fasilitas tabungan yang diberikan dengan multi fungsi. Artinya, apa yang dapat diberikan bank kita belum dapat dipenuhi pesaing.

- 3) Menimbulkan kepercayaan.

Dalam hal ini akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya dari fasilitas yang diberikan, sehingga nasabah semakin percaya kepada produk yang dibelinya.

- 4) Menimbulkan kepuasan.

Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan akan menambah konsumsinya.

B. Studi Penelitian Terdahulu

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003), 123.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun, Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Cut Lisa Nun Zikir, Akmal Riza, Muhammad Arifin (2019) ³⁰ “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pt. Bank BNI Syariah Banda Aceh”	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Cut Lisa Nun Zikir dll. Dengan penelitian yang saya lakukan adalah salah satu variabel X dan Y yang sama yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas.	Perbedaan penelitian yang dilakukan Cut Lisa Nun Zikir dll. Dengan penelitian yang saya lakukan adalah lokasi penelitiannya yang berbeda
Rekyan Septianti (2019) ³¹ “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo”	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan memperoleh nilai sig 0,000 < 0,05	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rekyan Septiani dan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X yang sama yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Rekyan Septiani dan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah

³⁰ Cut Lisa Nun Zikir, Akmal Riza, Muhammad Arifin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pt. Bank BNI Syariah Banda Aceh” *Global Jurnal of Islamic Banking and Finance*, Vol.1 No-(2), 2019.

³¹ Rekyan Septiani, " Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo" (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019).

Ria Octavia (2019) ³² “Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pt. Bank index lampung”	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan nasabah Bank Index Kantor Cabang Lampung	Persamaan penelitian yang dilakukan Ria Octavia dan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X1 dan Y yang sama yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah	Perbedaan penelitian yang dilakukan Ria Octavia dan penelitian yang saya lakukan adalah lokasi penelitian yang berbeda
Wulan Sri Devi (2019) ³³ “Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di Bank Aceh Syariah kcp Ulee Kareng”	fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Wulan Sri Devi dan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wulan Sri Devi dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel Y yaitu kepuasan nasabah sedangkan penelitian saya variabel Y adalah loyalitas nasabah

³² Ria Octavia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung”, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13, No. 1, (April 2019).

³³ Wulan Sri Devi, “Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di Bank Aceh Syariah kcp Ulee Kareng” (Skripsi UIN Ar-Raniry, 2019).

Candra, Parapat Gultom (2020) ³⁴ "The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction"	Hasil penelitian ini menyebutkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan memiliki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.	Persamaan penelitian yang dilakukan Candra, Parapat Gultom dengan saya lakukan adalah Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Candra, Parapat Gultom dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel kepuasan pelanggan.
Binta Malina Azkiya, Hendri Tanjung Syarifah Gustiawati (2021) ³⁵ "Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia : Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup"	Hasil penelitian ini menyebutkan kinerja karyawan tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan.	Persamaan penelitian yang dilakukan Binta Malina Azkiya dkk. dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X dan Y yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan Kepuasan nasabah.	Perbedaan penelitian yang dilakukan Binta Malina Azkiya dkk. dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X yaitu pada kinerja karyawan.

³⁴ Candra, Parapat Gultom "The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction" *International Journal of Research and Review* Vol.1, Issue.8, (August 2020).

³⁵ Binta Malina Azkiya, Hendri Tanjung Syarifah Gustiawati, "Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia : Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup" *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol.5 No.1 (2022).

Ali Hardana, Jafar Nasution dan Arti Damisa (2022) ³⁶ “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan”	hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan variabel pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas kualitas produk dan kualitas pelayanan pada variabel X1 dan X2.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel Y.
Pinky Anjeli Kusuma Cahyani (2022) ³⁷ “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada variabel X1,X2 dan Y.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X promosi.

³⁶ Ali Hardana, Jafar Nasution dan Arti Damisa, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 02 (2022).

³⁷ Pinky Anjeli Kusuma Cahyani (2022), “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan”, (Skripsi, Universitas Islam Malang, 2022).

Solikha Nurtrianti (2020) ³⁸ “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga)”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel harga berpengaruh secara parsial dan simultan dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu di variabel X (harga).
Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno (2020) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)” ³⁹	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan memediasi kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas kualitas layanan pada variabel X dan kepuasan nasabah di variabel Y.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada penanganan keluhan di dalam variabel X dan loyalitas nasabah di dalam variabel Y.

³⁸ Solikha Nurtrianti, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga)” (Skripsi, IAIN Purwokerto 2020).

³⁹ Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno, Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga), *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 2 (2020).

A H Khoiri (2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang” ⁴⁰	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis jalur, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas kualitas pelayanan pada variabel X dan kepuasan nasabah pada variabel Y	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu penanganan keluhan pada variabel X dan loyalitas nasabah pada variabel Y.
Agil Nurcahyo (2022) ⁴¹ “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. dan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas kualitas pelayanan, kualitas produk pada variabel X dan kepuasan nasabah yang terdapat pada variabel Y.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu penanganan komplain pada variabel X.

⁴⁰ A H Khoiri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang” *Jurnal of Islamic Economic end Business*, Vol. 1 No.1 (2021).

⁴¹ Agil Nurcahyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 4 (2022).

Ihwan Arifin (2018) ⁴² “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu”	Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi’ah pasar. Namun dalam pengujian uji t menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada Variabel X1,X2,X3 dan juga Variabel Y.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada lokasi yang diteliti.
Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah (2020) ⁴³ “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon)”	Kualitas pelayanan dan kulaitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada Variabel Y.

⁴² Ihwan Arifin, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu” (Skripsi, IAIN Bengkulu 2018).

⁴³ Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 2 No. 2 (2018).

Diantika Sepyarina (2019) ⁴⁴ “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada KSPPS BTM BiMU Bandar Lampung).”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, namun variabel tingkat margin memiliki pengaruh yang negative terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah terdapat pada variabel X1 yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y.	Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah X2, X3 dan lokasi penelitian.
--	---	---	--

Dari data hasil penelitian terdahulu yang dibahas di atas, penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo” memiliki perbedaan mengenai tempat yang diteliti dan metode yang digunakan dari setiap penelitian terdahulu.

C. Kerangka Berpikir

Dalam kerangka pemikiran teoritis ini, menggambarkan bahwa adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, serta kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka berfikir berisi tentang suatu pokok pemikiran yang memberikan gambaran dari mana suatu masalah itu akan di lihat oleh peneliti yang dihasilkan dari teori-teori yang sudah di pilih yang relevan yang di gunakan dalam penelitiannya.⁴⁵

⁴⁴ Diantika Sepyarina, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada KSPPS BTM BiMU Bandar Lampung)”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung 2019).

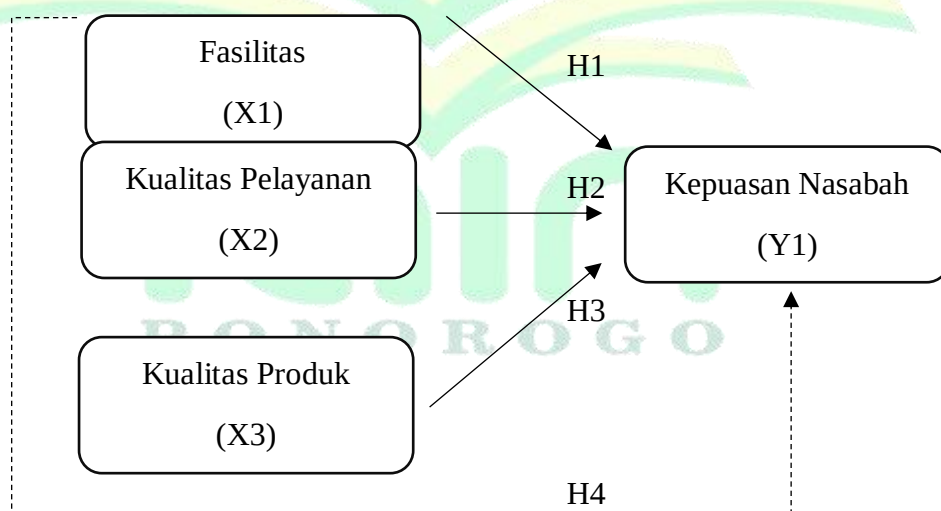
⁴⁵ Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1995), 39

Menurut Sugiyono, kerangka pemikiran yaitu sebuah model konsep yang menjelaskan tentang bagaimana teori dapat berhubungan dengan faktor yang telah teridentifikasi sebagai sebuah masalah yang penting.⁴⁶

Kerangka pemikiran dapat di katakan baik apabila di dalamnya terdapat penjelasan secara teoritis dan terdapat keterkaitan antara teori dengan variabel yang akan di teliti. Secara teoritis harus di jelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Keterkaitan antara variabel tersebut, dilanjutkan dengan perumusan ke dalam bentuk paradigma penelitian dan harus didasarkan pada kerangka pemikiran di setiap penyusunanya. Dalam sebuah penelitian kerangka pemikiran.

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu dan landasan teori berikut ini adalah model kerangka berpikir dari dari penelitian yang hendak meneliti pengaruh antara variabel independen yaitu fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 60

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat diketahui bahwa secara parsial terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui hasil penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁴⁷ Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan fakta fakta emiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Bungin, 2006) maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H0 : Fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H1 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H0 : Kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H0 : Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H3 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

H0 : Fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 64

H4 : Fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan rencana menyeluruh dari penelitian mencakup hal-hal yang akan dilakukan peneliti mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai pada analisa akhir, data yang selanjutnya disimpulkan dan diberikan saran. Suatu desain penelitian menyatakan, baik struktur masalah penelitian maupun rencana penyelidikan yang akan dipakai untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan-hubungan dalam masalah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.¹

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik, atribut ataupun segala sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian sehingga mempunyai variasi antara satu objek dengan objek lainnya dalam satu kelompok tertentu kemudian dapat di tarik kesimpulannya.

Variabel penelitian terbagi menjadi dua dua macam yaitu :

a. Variabel Terikat (Variabel Independen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat juga dikatakan sebagai variabel terpengaruh. Variabel terikat biasanya terletak di akhir judul suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y).

¹ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), 36

b. Variabel Bebas (Variabel Dependen)

Variabel bebas merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi sebab munculnya variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kualitas produk (X3).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.² Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional	Indikator	Sumber
Fasilitas (X1) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.	1. Tampilan ruangan tertata dengan rapi 2. Ruang tunggu yang bersih dan nyaman 3. Memiliki perangkat peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti ATM, komputer, pena, meja yang rapi). dll.	Fandy Tjipjono, Manajemen jasa. Yogyakarta: Andi, 2018

² Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian," Jurnal Hikmah 14, No. 1 (Juni 2017): 63.

Kualitas Layanan (X2) Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1. Bentuk fisik (<i>tangibles</i>) 2. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 3. Keandalan (<i>reability</i>)	Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
Kualitas Produk (X3) Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi yang meliputi kinerja, keragaman produk, keandalan, kesesuaian, ketahanan, kemampuan layanan, estetika dan kualitas yang di persepsikan	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Fitur (<i>features</i>) 3. Reabilitas (<i>reability</i>) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Serviciability</i>	Fandy Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> (Yogyakarta : Andi, 2014).
Kepuasan Nasabah	1. Kesesuaian Harapan	Fandi Tjiptono,

(Y) Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesediaan Merekomendasikan	Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi, 2014.
--	--	--

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Bank Muamalat Ponorogo dengan alamat Jl. Hos Cokroaminoto Kav 35 dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411, Indonesia. (0352) 488400. alasan memilih Bank Muamalat Ponorogo sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup tinggi. Fasilitas, produk dan pelayanannya tidak kalah saing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain karakteristiknya.³ Populasi merupakan sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga

³ Suprpto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 2

dalam penelitian hal itu terlalu maha. Sugiyono mengemukakan, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah nasabah yang menabung di Bank Muamalat Ponorogo. Jumlah nasabah Bank Muamalat Ponorogo sebanyak 6684 nasabah yang masih aktif bertransaksi di Bank Muamalat Ponorogo.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah yang dimiliki populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, yaitu peneliti memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik penelitian sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵

Metode penentuan banyaknya sampel dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.⁶ Dan yang menjadi sampel penelitian ini adalah sebagian dari seluruh nasabah penabung pada Bank Muamalat Ponorogo.

⁴ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 65.

⁵ Yeti Nurizzati, "Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi", *Jurnal Edueksos*, Vol. 1, No. 1, (Januari 2012), 95

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 90

Pada penelitian ini menggunakan teori Slovin. Untuk menentukan besaran sampel dalam penelitian menggunakan rumus sebagai berikut :⁷

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

d : Nilai Presesi

Dengan menggunakan toleransi kesalahan yang digunakan adalah 5% maka sampel yang di dapat :

$$n = 6684 / (1 + 6684 \times (0,05)^2)$$

$$n = 6684 / (1 + 6684 \times 0,005)$$

$$n = 6684 / (1+ 33,42)$$

$$n = 6684 / 34,42$$

$$n = 194,18 \text{ (dibulatkan menjadi 200)}$$

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif, maka data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari subyek yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono dalam Popong Suryani data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan.⁸ Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh adalah kuisiner. Pada kuisiner tersebut

⁷ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 34

⁸ Popong Suryani, Yoyok Cahyono and Berliana Dita, “Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi di PT Tuntex Garment Indonesia, “*Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* 1, no. 1 (June 2020), 74

merupakan hasil responden terkait fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo.

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan penelitian dengan menggunakan pengamatan dan ingatan dari kejadian di lapangan. Observasi dilakukan pada saat *pra survey* dengan cara mengamati kejadian yang terjadi sesuai dengan kejadian di lapangan yaitu Bank Muamalat Ponorogo.⁹

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuisisioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, bisa diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet.¹⁰

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu

⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung : Alfabeta, 2016), 145

¹⁰ Ibid, 142

persoalan atau menguji suatu hipotesis. Jadi semua alat yang mendukung penelitian dapat disebut instrumen penelitian atau instrumen pengumpulan data.¹¹ Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹²

Pada penelitian ini yang instrumen yang digunakan berupa kuisioner (angket). Pada kuisioner tersebut berisi tiga bagian pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel prima, kualitas produk, penanganan keluhan nasabah serta kepuasan nasabah. Di masing-masing instrumen akan diberi jawaban dan nilai berdasarkan skala likert diantaranya :

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 4
2. Setuju (S) : Skor 3
3. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrument yang dikatakan valid, jika instrumen itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur

¹¹ Hamni Fadillah Nasution, "Instrumen Penelitian dan Urgesinya Dalam Penelitian Kuantitatif" Al-Masharif, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 4, no. 1 (June 2016), 64.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2015), 93.

menurut situasi dan tujuan tertentu. Dengan kata lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa sebuah instrument dianggap valid, jika instrument itu benar-benar dapat dijadikan alat untuk mengukur apa yang diukur.¹³ Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan yang digunakan dalam penelitian itu dianggap valid. Sedangkan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid atau gugur. Nilai r_{tabel} dicari dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dan *alpha* atau tingkat signifikan 0,05 atau 5%.¹⁴

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan alpha cronbach. Kuesioner reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika samadengan atau bawah $< 0,60$.¹⁵

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dapat disebut baik jika terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas. Berikut ini akan dibahas satu per satu ketiga asumsi tersebut :

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau

¹³ Danang Sunyoto, *Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 110.

¹⁴ Imam Gosali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Spss 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 53.

¹⁵ Danang Sunyoto, *Teori Kuisisioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 141.

keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak, dilakukan dengan cara melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan *ploting* data akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁶

b. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji untuk melaksanakan uji regresi, yaitu untuk mengetahui apakah antara variabel independen/bebas (X) dan variabel dependen/terikat (Y) itu berbentuk linier (garis lurus) atau tidak. Kriteria yang digunakan dalam uji linieritas ini adalah apabila dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai *P-value* atau ditunjukkan oleh nilai $\text{sig.} > 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai *P-value* atau ditunjukkan oleh nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka data tidak linier atau non linier. Apabila data tersebut berbentuk linier maka uji akan dilanjutkan ke uji regresi linier berganda.¹⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pada periode *t* sebelumnya pada model regresi linier yang dipergunakan. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Persamaan regresi linier berganda yang baik

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi kelima, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 161-162.

¹⁷ Andhita, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 55

adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi.¹⁸ Cara mendetek dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:¹⁹

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 atau $DW < -2$
- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW diantara -2 dan +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas +2 atau $DW > +2$.

d. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada dan tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi yaitu dengan menggunakan VIF (*Varians Inflation Factor*) dan *Tolerance*.²⁰

e. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai *varians* yang sama disebut homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut heterokedastisitas.²¹

2. Uji Regresi Linear Sederhana

¹⁸ Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 119.

¹⁹ Ibid, 41

²⁰ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2000), 166.

²¹ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*, (Yogyakarta:CAPS, 2011), 134.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:²²

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Konstan

b : Koefisien regresi

X : Variabel bebas

3. Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linear berganda. Hal tersebut dikarenakan jumlah variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu menggunakan regresi linear sederhana. Adapun model regresi linier berganda yaitu:²³

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Konstan

b₁ b₂ : Koefisien regresi

X₁X₂ : Variabel bebas

e : Standar error (5%)

²² Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 379.

²³ Ibid, 301.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu ukuran yang dapat menjelaskan porsi variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh garis regresinya atau variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 yaitu $0 < r^2 < 1$. Bila $r^2 = 1$ berarti 100% total variasi variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan menunjukkan ketepatan yang baik. Dan bila $r^2 = 0$ berarti tidak ada total variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebasnya. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R Square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Pada output SPSS koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *adjust R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen.²⁴

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan hasil terhadap hipotesis awal yang sudah dibuat. Pengujian hipotesis dilakukan melalui:

a. Uji F (Simultan)

F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F_{hitung} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%

²⁴ Yanti Budiasih, *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi & Bisnis*, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012), 198.

atau taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) , adapun prosedurnya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.
- 2) Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.²⁵

b. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel masing-masing independen yaitu: fasilitas (X1), kualitas layanan (X2), kualitas produk (X3) terhadap satu variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y), maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.²⁶

²⁵ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 137.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisikelima, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 101.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 *Rabi'us Tsani* 1412 H. Pendiri BMI digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 *Syawal* 1412 H.¹

BMI terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *Multifinance Syariah (Al-Ijararah Indonesia Finance)* yang seluruhnya menjadi terobosan 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 management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.²

Pada 27 Oktober 1994, BMI 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

¹ "Profil Bank Muamalat", dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/>, (diakses pada tanggal 20 September 2023 jam 19.00)

² Ibid

merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi BMI di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah 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 di 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 *Electronic Payment* (MEPS). Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).³

Sejak tahun 2015, BMI bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah BMI akan terus melaju mewujudkan visi

³ *Ibid.*

menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi

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

b. 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.⁴

3. Produk dan Layanan Bank Muamalat

a. Penghimpun Dana

1) Tabungan iB Hijrah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan iB Hijrah dilengkapi dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu kartu *Dhar-e Reguler*, *Share Gold*, dan *Shar-e Ihram*.

2) Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) bertujuan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam.

3) Tabungan iB Hijrah Haji

⁴ “Visi dan Misi”, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/>, (diakses pada tanggal 20 September 2023 jam 20.00)

Tabungan haji dan umrah dalam mata uang rupiah dan valuta asing US Dollar yang dikhususkan bagi nasabah muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji dan umrah.

4) Tabungan iB Hijrah Rencana⁵

Tabungan hijrah rencana merupakan tabungan berjangka dalam mata uang rupiah, memiliki setoran rutin bulanan dan tidak bisa ditarik sebelum jangka waktu berakhir kecuali penutupan rekening serta pencairan dana hanya bisa dilakukan ke rekening sumber dana. Tabungan hijrah rencana solusi bagi perencanaan guna memenuhi rencana dan impian di masa depan.

5) TabunganKu iB

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi nasabah dari semua kalangan masyarakat.

6) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima merupakan tabungan yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi.

7) Tabungan iB Hijrah Bisnis

Tabungan iB Hijrah Bisnis adalah produk tabungan yang digunakan untuk mengakomodir kebutuhan bisnis nonindividu dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi yang didukung oleh fasilitas *Cash Management System*.

8) Deposito iB Hijrah

Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Deposito mudharabah diperuntukkan bagi nasabah perorangan dan institusi yang memiliki legalitas badan.

⁵ *Ibid.*

9) Giro iB *Attijary*

Giro iB Hijrah *Attijary* merupakan produk giro dengan akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan sarana untuk memenuhi kebutuhan bisnis nasabah perorangan maupun nonperorangan yang didukung oleh fasilitas cash management.

10) Dana Pensiun Muamalat

DPLK Muamalat dapat diikuti oleh nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan dua pilihan usia pensiun dan iuran pension yang terjangkau, yaitu minimal Rp. 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat Indonesia atau dapat ditransfer dari bank lain.

b. Produk penyaluran Dana

Dana yang dihimpun oleh bank sebagian besar disalurkan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif. Produk yang disalurkan oleh Bank Muamalat adalah sebagai berikut :⁶

1) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat adalah pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal/apartemen baru maupun *secondary*. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan *take over* KPR dari bank lain, pembangunan dan renovasi tempat tinggal. Diperuntukkan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia minimal 21 tahun atau maksimal 55 tahun untuk karyawan, dan 60 tahun untuk wiraswasta atau professional pada saat jatuh tempo pembiayaan.

⁶ *Ibid.*

2) iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil dan emas) serta sewa jasa yang diperbolehkan secara syariah seperti umrah, wisata dan lainnya.⁷

3) iB Muamalat Koperasi Karyawan

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepada para anggotanya (karyawan BUMN/PNS/Swasta) dengan tujuan pembelian barang halal. Diperuntukkan bagi para anggota koperasi karyawan dan diajukan secara berkelompok.

4) iB Muamalat Pensiun

Pembiayaan yang diberikan kepada para pension PNS/TNI/Polri/BUMN/BUMD/Swasta untuk pembelian barang konsumtif yang halal (termasuk rumah tinggal dan kendaraan bermotor) atau sewa jasa halal (seperti keperluan pendidikan anak, umrah, wisata, dan lainnya) dengan ketentuan pembayaran manfaat pensiun wajib dialihkan melalui Bank Muamalat Indonesia.

5) Pembiayaan *Autoloan (Via Multifinance)*

Pembiayaan yang diberikan kepada *end user* dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan *multifinance* yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.

6) iB Modal Kerja Reguler

Pembiayaan jangka pendek yang diperuntukkan bagi Nasabah Perorangan atau Badan Usaha untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Asset Lancar.

7) iB Modal Kerja Proyek

⁷ *Ibid.*

Pembiayaan produktif yang diperuntukkan bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Proyek atas pembangunan, pemeliharaan, atau pengadaan

8) iB Modal Kerja Kontruksi *Developer*

Pembiayaan modal kerja khusus bagi *Developer* guna pembangunan *property residensial/non residensial*, sarana dan prasarana perumahan.⁸

9) iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah

Pembiayaan yang diberikan bagi Lembaga Keuangan Syariah (seperti BPRS, Modal Ventura, KopSyah.) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang akan disalurkan kembali ke *enduser* dengan pola *executing*.

10) iB Investasi Reguler

Pembiayaan yang disediakan dalam rangka pemenuhan pembelian asset tetap, pembelian mesin produksi, atau investasi lainnya selain properti dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha, dan atau pendirian unit usaha baru.

11) iB Properti Bisnis

Pembiayaan yang disediakan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan akan pembelian Properti Bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis atau diatas lahan milik nasabah.

12) Muamalat Usaha Mikro

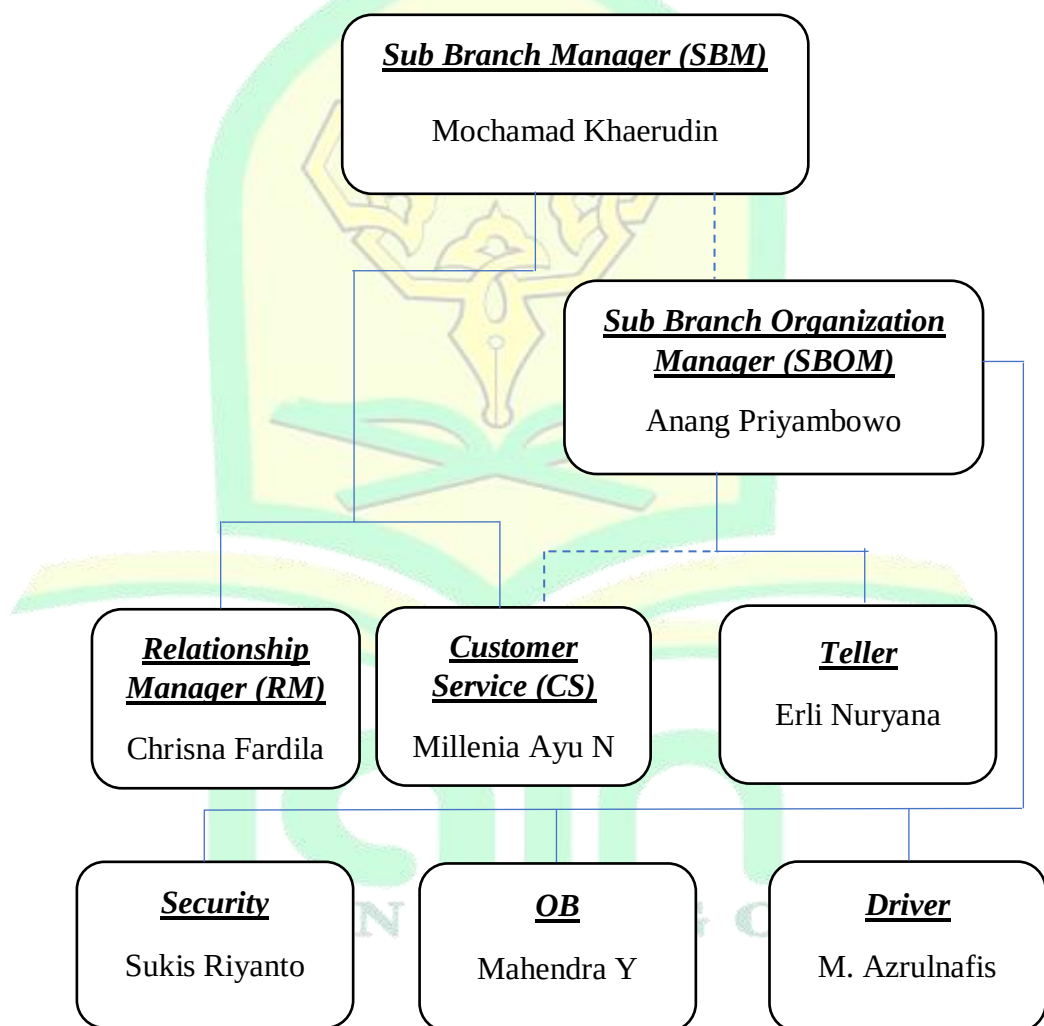
Pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro baik untuk perorangan maupun badan usaha *non* hukum.

⁸ *Ibid.*

13) iB Rekening Koran Muamalat

Pembiayaan jangka pendek untuk modal kerja yang bersifat fluktuatif dengan perputaran transaksi yang cepat dengan penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai kebutuhan melalui Cek atau Bilyet Giro.

4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Ponorogo



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Muamalat Ponorogo

Berikut penjelasan dari struktur organisasi di atas:

a. *Sub Branch Manager*

- 1) Memimpin kantor Bank Muamalat Ponorogo, memonitor dan mensupervisi pencapaian *financing* dan *funding* sehingga mencapai target.
- 2) Mengendalikan pelaksanaan rencana kerja mengkoordinasi pelaksanaan operasional kantor.
- 3) Mengkoordinasi seluruh kegiatan dan sarana untuk mencapai suatu target yang sesuai dengan visi dan misi.

b. *Sub Branch Organization Manager*

- 1) Bertanggung jawab kepada *Branch Manager* atas semua pelaksanaan standar operasional perusahaan.
- 2) Mengawasi dan melakukan koordinasi kegiatan operasional.
- 3) Melakukan pengembangan kegiatan operasional.

c. *Marketing Funding Branch Manager*

- 1) Bertanggung jawab dalam kinerja *marketing funding* dalam mencapai target yang telah ditentukan.
- 2) Membina hubungan saling menguntungkan antar pihak bank dengan nasabah.
- 3) Melakukan komunikasi intensif dan memberi solusi nasabah yang berhubungan dengan produk/jasa.
- 4) Menyusun strategi planning dan sosialisasi kepada nasabah.
- 5) Berkewajiban meningkatkan pelayanan dan pengetahuan perbankan kepada calon nasabah.

d. *Customer Service*

- 1) Memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata cara secara langsung atau melalui telepon.
- 2) Melayani pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Melayani keluhan dari nasabah dengan menyelesaikan dengan segera dan benar.

- 4) Menawarkan produk atau jasa kepada nasabah.
- 5) Mengerjakan instruksi yang diminta atasan yang berkaitan dengan pekerjaan

e. *Teller*

- 1) Membukukan transaksi yang berhubungan dengan penerimaan atau pengeluaran kas harian.
- 2) Pelaksanaan transaksi dalam keuangan tunai, penarikan dan setoran.
- 3) Melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo neraca harian.

f. *Security*

- 1) Membukakan pintu nasabah pada saat datang dan pulang.
- 2) Siap siaga, menjaga keamanan dan memantau situasi kantor.
- 3) Mengeluarkan dan memasukkan uang ke *hasanah* bersama *teller* dan *operation officer*.
- 4) Membantu dalam melayani nasabah

g. *Office Boy*

- 1) Menjaga kebersihan dan kerapian kantor.
- 2) Membantu karyawan jika diperlukan.
- 3) Memelihara semua perlengkapan dan peralatan kantor.
- 4) Menyediakan minuman dan makanan untuk karyawan

h. *Driver*

- 1) Memelihara kendaraan kantor.
- 2) Mengantar dan menjemput karyawan bank dalam melaksanakan tugas.
- 3) Siaga dalam melayani karyawan jika sewaktu-waktu diperlukan.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat

ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Dengan kata lain, uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.⁹

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas	X1.1	0,399	0,138	Valid
	X1.2	0,487	0,138	Valid
	X1.3	0,180	0,138	Valid
	X1.4	0,476	0,138	Valid
	X1.5	0,366	0,138	Valid
	X1.6	0,441	0,138	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0,366	0,138	Valid
	X2.2	0,603	0,138	Valid
	X2.3	0,612	0,138	Valid
	X2.4	0,390	0,138	Valid
	X2.5	0,559	0,138	Valid
	X2.6	0,632	0,138	Valid
Kualitas Produk	X3.1	0,724	0,138	Valid
	X3.2	0,642	0,138	Valid
	X3.3	0,479	0,138	Valid
	X3.4	0,595	0,138	Valid

⁹ Andi Arsi, *Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS*, (2021), 1.

	X3.5	0,687	0,138	Valid
	X3.6	0,635	0,138	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0,679	0,138	Valid
	Y.2	0,555	0,138	Valid
	Y.3	0,635	0,138	Valid
	Y.4	0,548	0,138	Valid
	Y.5	0,572	0,138	Valid
	Y.6	0,642	0,138	Valid

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel fasilitas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai rhitung lebih dari 0,138. Untuk variabel kualitas layanan dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai rhitung lebih dari 0,138. Untuk variabel kualitas produk dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid karena memiliki nilai rhitung lebih dari 0,138. Sedangkan untuk variabel kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid karena memiliki nilai rhitung lebih dari 0,138.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan.¹⁰ Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid saja. Dikatakan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0.60$.¹¹

¹⁰ Andi Arsi, “Langkah -Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS,” (2021), 1.

¹¹ Purwaniati Nugraheni & Imam Subaweh, “Pengaruh penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1, (April 2008), 50.

Tabel 4.2
Pengujian Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Fasilitas	0,848	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,696	Reliabel
Kualitas Produk	0,657	Reliabel
Kepuasan	0,732	Reliabel

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas untuk variabel penelitian nilai *cronbach's alpha* >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut *reliabel*.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Hasil Pengujian Responden

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo dengan menyebar kuisioner kepada responden. Jumlah populasi nasabah di Bank Muamalat adalah 6684 dengan mengambil sampel sebanyak 200 responden. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk nasabah. Berdasarkan data yang telah di kumpulkan ada empat karakteristik responden yang dapat di simpulkan, yaitu :

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian kepada nasabah Bank Muamalat Ponorogo yang menjadi responden pada penelitian ini di peroleh gambaran bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin di gambarkan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Bank Muamalat Ponorogo

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	88	44,0	44,0
	Perempuan	112	56,0	56,0
	Total	200	100,0	100,0

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah 200 responden Bank Muamalat Ponorogo, 44% berjenis kelamin laki-laki dan 56% berjenis kelamin perempuan. Dari jumlah tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.4
Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia Bank
Muamalat Ponorogo

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	20-29 tahun	58	29,0	29,0
	30-39 tahun	59	29,5	29,5
	40-49 tahun	58	29,0	29,0
	50-59 tahun	25	12,5	12,5
	Total	200	100,0	100,0

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 200 jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo, jumlah responden dengan usia 20-29, 30-39 dan 40-49 tahun sebanyak 29%, sedangkan pada usia 50-59 tahun berjumlah 12,5%.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5

Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Bank Muamalat Ponorogo

		Pekerjaan		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Wiraswasta	21	10,5	10,5
	Pegawai Swasta	30	15,0	15,0
	Ibu Rumah Tangga	34	17,0	17,0
	Lainnya	115	57,5	57,5
	Total	200	100,0	100,0

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 200 jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo, jumlah responden pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 10,5%, pegawai swasta sebanyak 15%, ibu rumah tangga sebanyak 17%, dan lainnya sebanyak 57,5%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa banyak jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo memiliki pekerjaan lainnya, artinya dari responden tersebut tidak bekerja sebagai wiraswasta, ibu rumah tangga serta pegawai swasta.

d. Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.6

Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Bank Muamalat Ponorogo

		Pendidikan		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SMP	13	6,5	6,5
	SMA	152	76,0	76,0
	Sarjana/Diploma	35	17,5	17,5
	Total	200	100,0	100,0

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 200 jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo, jumlah responden pada pendidikan SD sebanyak 0%, SMP sebanyak 6,5%, SMA sebanyak 76,5% dan Sarjana/Diploma sebanyak 17,5%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo memiliki pendidikan terbanyak yaitu SMA.

e. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Muamalat Ponorogo

Tabel 4.7
Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Muamalat Ponorogo

Lama menjadi Nasabah Bank Muamalat Ponorogo				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Kurang dari 1 Tahun	29	14,5	14,5
	1-2 Tahun	73	36,5	36,5
	Lebih dari 2 Tahun	98	49,0	49,0
	Total	200	100,0	100,0

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 200 jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo, jumlah responden yang menjadi nasabah Bank Muamalat Kurang dari 1 tahun sebanyak 14,5%, 1-2 tahun sebanyak 36,5% dan lebih dari 2 tahun sebanyak 49%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo memiliki pendidikan terbanyak yaitu SMA. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat Ponorogo lama menjadi nasabah terbanyak yaitu lebih dari 2 tahun.

2. Hasil Analisis Deskriptif Kuantitatif

a. Fasilitas (X1)

Variabel fasilitas di ukur dengan 3 indikator, yaitu :

- 1) Tampilan Ruangan
- 2) Ruang tunggu yang nyaman dan bersih
- 3) Memiliki peralatan yang cukup

Skor maksimal variabel fasilitas sebesar 4800. Sedangkan skor yang diperoleh variabel fasilitas sebesar 4002. Distribusi skor pada masing-masing indikator sbagai berikut: indikator tampilan ruangan memperoleh skor 1386, indikator ruang tunggu yang nyaman dan bersih memperoleh skor 1220 dan indikator memiliki peralatan ysng cukup memperoleh skor 1396. Dengan demikian, skor tertinggi berada pada indikator memiliki peralatan yang cukup, sedangkan skor terendah berada pada indikator ruang tunggu yang nyaman dan bersih.

b. Kualitas Layanan (X2)

Variabel kualitas produk di ukur dengan 3 indikator, yaitu :

- 1) Ketanggapan (*responsiveness*)
- 2) Keandalan (*reability*)
- 3) Bentuk Fisik (*tangibles*)

Skor maksimal variabel fasilitas sebesar 4800. Sedangkan skor yang diperoleh variabel fasilitas sebesar 3776. Distribusi skor pada masing-masing indikator sbagai berikut: indikator ketanggapan memperoleh skor 1177, indikator keandalan memperoleh skor 1262 dan indikator bentuk fisik memperoleh skor 1336. Dengan demikian, skor tertinggi berada pada indikator bentuk fisik, sedangkan skor terendah berada pada indikator ketanggapan.

c. Kualitas Produk (X3)

Variabel kualitas produk di ukur dengan 6 indikator, yaitu :

- 1) Kinerja
- 2) Fitur
- 3) Reabilitas
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi
- 5) Daya tahan
- 6) *Serviciability*

Skor maksimal variabel kualitas produk sebesar 4800. Sedangkan skor yang diperoleh variabel kualitas produk sebesar 3792. Distribusi skor pada masing-masing indikator sbagai berikut: indikator kinerja memperoleh skor 647, indikator fitur memperoleh skor 632, indikator reabilitas memperoleh skor 615, indikator kesesuaian dengan spesifikasi memiliki skor 625, indikator daya tahan memiliki skor 629 dan indikator *serviciability* memiliki skor 644. Dengan demikian, skor tertinggi berada pada indikator kinerja, sedangkan skor terendah berada pada indikator reabilitas.

d. Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan di ukur dengan 3 indikator, yaitu :

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

Skor maksimal variabel kepuasan sebesar 4800. Sedangkan skor yang diperoleh variabel kualitas produk sebesar 3705. Distribusi skor pada masing-masing indikator sbagai berikut: indikator kesesuaian harapan memperoleh skor 1210, indikator minat berkunjung kembali memperoleh skor 1246 dan indikator kesediaan merekomendasikan memperoleh skor 1249. Dengan demikian, skor tertinggi berada pada indikator ketersediaan

merekomendasikan, sedangkan skor terendah berada pada indikator kesesuaian harapan.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Selain itu dapat di uji dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebuah data yang normal.¹²

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,16126829
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,054
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari Unstandardized residual adalah 0,082. Nilai signifikansi =

¹² Andhita, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 59-61.

$0,082 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah apabila dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai P-value atau ditunjukkan oleh nilai sig. $> 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai P-value atau ditunjukkan oleh nilai sig. $< 0,05$ maka data tidak linier atau non linier.

1) Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.8
Hasil Uji Linieritas Variabel Fasilitas

Hubungan	Sig	Keterangan
Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,766	Linear

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 3.8 menunjukkan hubungan antara variabel fasilitas (X1) dengan variabel kepuasan (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,766. Nilai signifikansi = $0,766 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X1) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

2) Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4.9
Hasil Uji Linieritas Kualitas Layanan

Hubungan	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,315	Linear

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 3.9 menunjukkan hubungan antara variabel kualitas layanan (X2) dengan variabel kepuasan (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,315. Nilai signifikansi = $0,315 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X2) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

3) Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4.10

Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk

Hubungan	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,112	Linear

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 3.9 menunjukkan hubungan antara variabel kualitas produk (X3) dengan variabel kepuasan (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,112. Nilai signifikansi = $0,112 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X3) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser yaitu mengusulkan untuk meregres nilai *absolut* residual terhadap variabel bebas. Lihat hasil pada tabel *coefficients* (a) pada kolom sig. Apabila nilai sig. $> 0,05$ tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*, 53

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,777	,980		,792	,429
	Fasilitas	-,010	,029	-,027	-,356	,722
	Kualitas Layanan	,028	,040	,052	,693	,489
	Kualitas Produk	-,016	,040	-,032	-,400	,689

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 3.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel fasilitas (X1) adalah $0,722 > 0,05$, variabel kualitas layanan (X2) adalah $0,489 > 0,05$ dan variabel kualitas produk nasabah (X3) adalah $0,689 > 0,05$. Dari ketiga variabel tersebut yakni X1, X2, dan X3 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi pada penelitian ini. Sehingga model regresi layak digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi linier berganda yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Cara mendeteksi terjadinya autokorelasi dengan metode Durbin-Watson, uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.¹⁴

¹⁴ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009), 121-122.

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,354 ^a	,125	,112	1,136	1,837

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel 3.12 menunjukkan nilai dw yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,837 sedangkan dari tabel dW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) adalah 200 serta jumlah variabel independen (k) adalah 3 diperoleh nilai dL sebesar 1,738 dan dU 1,799. Karena nilai $dW = 1,837 > dU = 1,799$, sehingga model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi.

e. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0 , 10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$.¹⁵

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, IV (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 95

Fasilitas	,883	1,133
Kualitas Layanan	,891	1,122
Kualitas Produk	,813	1,230

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan dari tabel di atas, maka nilai *tolerance* pada fasilitas (X1) sebesar 0,883, kualitas layanan sebesar 0,891 dan penanganan keluhan nasabah sebesar 0,813 yang artinya ketiganya $> 0,10$. Kemudian untuk nilai VIF, pada variabel fasilitas sebesar 1,133, kualitas layanan sebesar 1,122 dan kualitas produk sebesar 1,230, yang artinya $< VIF 10$. Maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas). Dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linear sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Hasil pengujiaannya sebagai berikut :

Tabel 4.14

Koefisien Determinasi X1 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,230	1,304

a. Predictors: (Constant), Fasilitas

Sumber : Output SPSS

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi R square) sebesar 0,234 yang mengartikan bahwa fasilitas memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi

(R square) sebesar 23,4% berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 76,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.15

Koefisien Determinasi X2 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605 ^a	,366	,363	1,187

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber : Output SPSS

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,605 yang mengartikan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,366 yang mengartikan bahwa fasilitas memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 36,6% berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 63,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 3.16

Koefisien Determinasi X3 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 ^a	,483	,481	1,071

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,695 yang mengartikan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. koefisien determinasi (R square) sebesar 0,483 yang mengartikan bahwa fasilitas memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien determinasi (R square) sebesar 48,3% berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 51,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh dari dua atau tiga (dan atau lebih) variabel independen terhadap satu variabel dependen.¹⁶ Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,040	1,459
	Fasilitas	,150	,043
	Kualitas Layanan	,478	,060
	Kualitas Produk	,275	,059

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,040 + 0,150 X_1 + 0,478 X_2 + 0,275 X_3 + e.$$

Keterangan :

- Nilai konstanta sebesar 2,040 satu satuan menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstan atau tetap fasilitas, kualitas layanan, dan kualitas Produk maka kepuasan nasabah Bank Muamalat Ponorogo bernilai 2,040 satu satuan.

¹⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 267

- b. Koefisien regresi variabel fasilitas (X1) sebesar 0,150 artinya apabila bank memberikan fasilitas yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,150 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara fasilitas dan kepuasan nasabah.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,478 artinya apabila bank memberikan kualitas layanan yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,478 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah.
- d. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,275 artinya apabila bank memberikan kualitas produk yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,275 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan nasabah.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji ini digunakan untuk menentukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model, untuk mengambil kesempatannya dinyatakan dengan melihat nilai sig. dan membandingkan dengan taraf kesalahan (5% atau 0,05) yang dipakai yakni jika $\text{sig.} < 0,05$, dan jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0

ditolak.¹⁷ Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.18

Uji t

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,040	1,459		1,398	,164
	Fasilitas	,150	,043	,198	3,521	,001
	Kualitas Layanan	,478	,060	,447	7,999	,000
	Kualitas Produk	,275	,059	,270	4,624	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output SPSS

- 1) Nilai t_{hitung} fasilitas sebesar 3,521 dengan signifikan 0,001 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,972$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,521 > 1,972$ artinya fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Nilai t_{hitung} kualitas layanan sebesar 7,999 dengan signifikan 0,000 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,972$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,999 > 1,972$ artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 3) Nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 4,624 dengan signifikan 0,00 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,972$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,624 > 1,972$ artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F_{hitung} antara lain:

- a. Menggunakan taraf signifikan (α) = 5%

¹⁷ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*, 99

- b. H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- c. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁸

Hasil uji f pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 3.19
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201,482	3	67,161	54,589	,000 ^b
	Residual	241,138	196	1,230		
	Total	442,620	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Fasilitas

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel di atas pada kolom F dan sig. diperoleh besarnya $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $54,58 > 2,65$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 (fasilitas), X2 (kualitas layanan) dan X3 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan nasabah).¹⁹ Hasil Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

¹⁸ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 304.

¹⁹ Ibid, 396.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,455	,447	1,109

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Fasilitas

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai R Square yaitu 0,455. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah sebesar 45,5%, adapun sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Dari hasil uji hipotesis menggunakan SPSS 22 analisis menggambarkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut :

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo

Menurut Kotler Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami maupun diterima secara langsung oleh konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa fasilitas (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin tinggi fasilitas atau sesuai dengan kebutuhan nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan hasil variabel fasilitas yang memiliki nilai.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, fasilitas sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, sehingga adanya fasilitas yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga

membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Hasil ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Fandy Tjiptono, Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.

Selanjutnya diperkuat dengan skripsi yang diuji oleh Wulan Sri Devi (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo

Menurut Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Rambat Lupiyadi terdapat dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin tinggi kualitas layanan atau sesuai dengan kebutuhan nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kualitas layanan sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, sehingga adanya kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya diperkuat dengan skripsi yang diuji Pinky Anjeli Kusuma Cahyani (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termaksud keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin tinggi kualitas produk atau sesuai dengan kebutuhan nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kualitas produk sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, sehingga adanya kualitas produk yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Hasil ini sesuai dengan teori yang diungkapkan Lupiyoadi (2013), salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

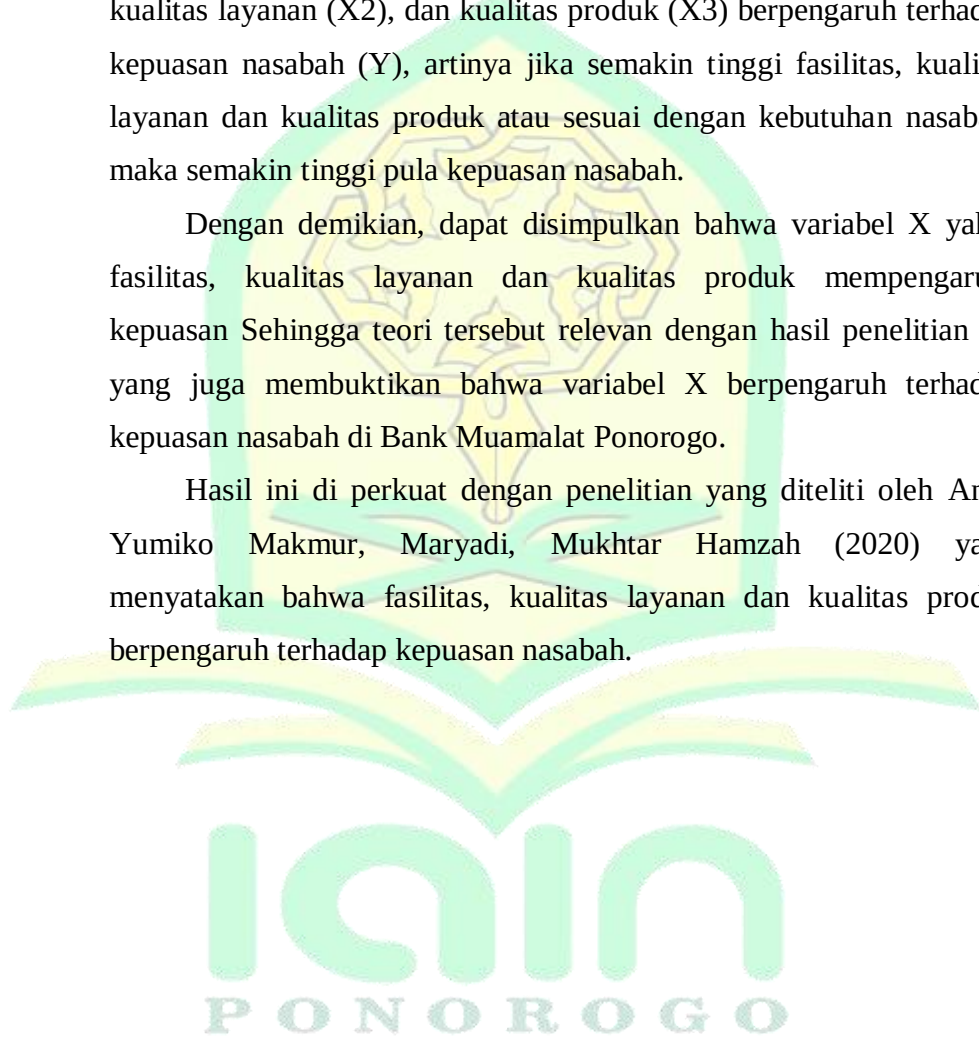
Selanjutnya diperkuat dengan penelitian yang diteliti oleh Solikha Nurtrianti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Ponorogo

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa fasilitas (X1), kualitas layanan (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin tinggi fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk atau sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X yakni fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

Hasil ini di perkuat dengan penelitian yang diteliti oleh Anna Yumiko Makmur, Maryadi, Mukhtar Hamzah (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo. Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Ponorogo dengan alamat Jl. Hos Cokroaminoto Kav 35 dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411, Indonesia. (0352) 488400. Dengan banyak populasi 6684 nasabah, kemudian dengan menggunakan rumus slovin penulis mendapat sampel sebesar 200 orang responden yang disebar dalam penelitian ini.

Penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dan teknik random *sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan uji t, dengan menggunakan bantuan software SPSS For windows Versi 22.

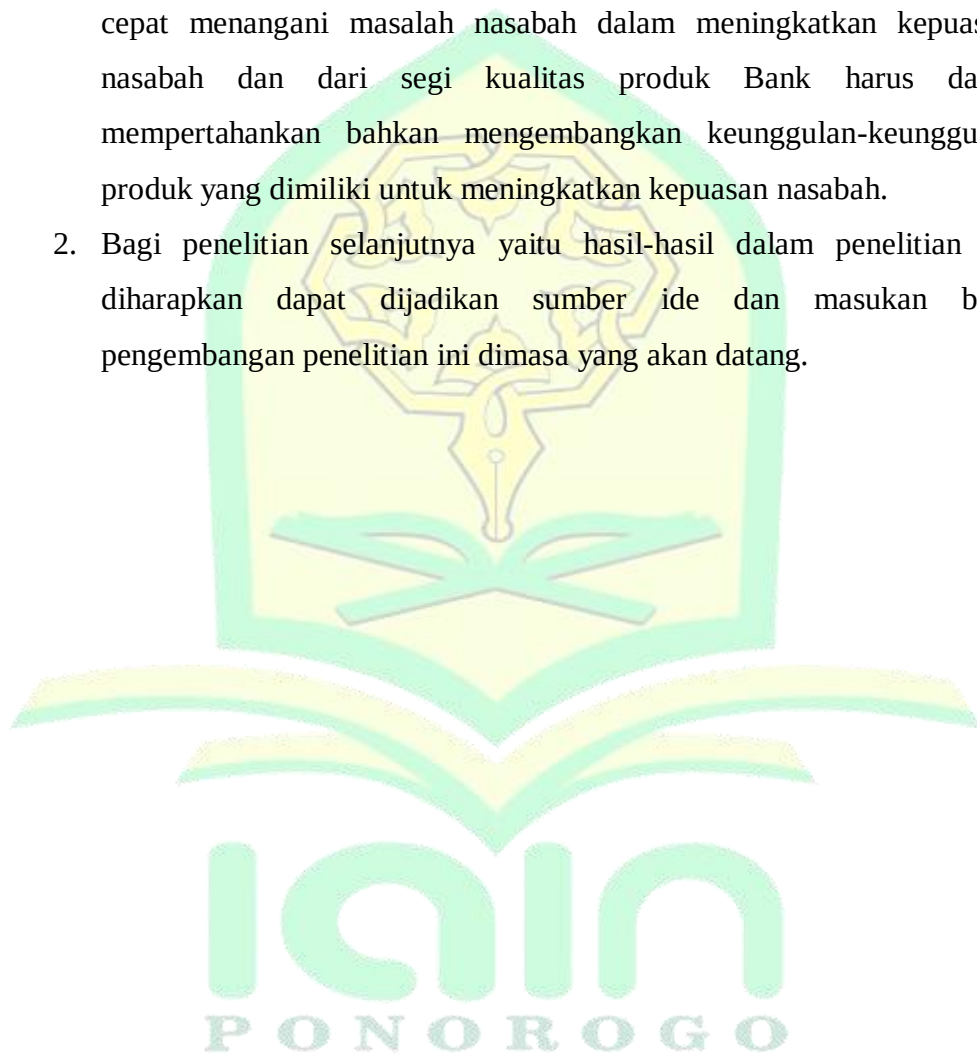
Setelah dilakukan pengumpulan data, analisis data, dan sebagainya, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank Muamalat Ponorogo yaitu dari segi fasilitas bank harus dapat melengkapi fasilitas agar nasabah merasa nyaman saat datang ke Bank Muamalat Ponorogo, dari segi pelayanan Bank harus dengan cepat menangani masalah nasabah dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan dari segi kualitas produk Bank harus dapat mempertahankan bahkan mengembangkan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Bagi penelitian selanjutnya yaitu hasil-hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian ini dimasa yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Andhita, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*.
- Arsi, Andi, *Langkah-Langkah Uji Validitas Reabilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS*, 2021.
- Aziz, Manzur . “Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan,” *Activa : Jurnal Ekonomi Syariah 1*, No. 2 (Oktober 2018).
- Bunga Vabiola Ghantynireta dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)” *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business* Vol. 2 No. 2 (November 2021).
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi:Alat Statistik & Analisis OutputKomputer*, (Yogyakarta:CAPS, 2011).
- Danang Sunyoto, *Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011).
- Fadillah Nasution, Hamni. “Instrumen Penelitian dan Urgesinya Dalam Penelitian Kuantitatif” *Al-Masharif : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman 4*, no. 1 (June 2016).
- Fandi Tjiptono dan Gregorius C. *Pemasaran Startegis Mengupas Pemasaran startegik Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Komeptitif hingga E-Marketing*. (Yogyakarta :Cv Andi Offset).
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS 21*
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)
- Hidayat, Rachmad. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, (Maret 2009).
- <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat> diakses pada tanggal 20 September 2023 jam 19.00

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/visi-misi> diakses pada tanggal 20 September 2023 jam 20.00

<https://www.merdeka.com/uang/bos-ojk-akui-perbankan-syariah-masih-kalah-bersaing-dari-konvensional.html> diakses pada tanggal 15 Agustus pukul 15.00 WIB.

<https://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 15 Agustus 2022 pukul 10.00 WIB.

Ihsan Rambe, “Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk”, *Jurnal Al-Iqtishad* Edisi 16, Vol. 1 (2020)

Ikatan Bankir Indonesia, “Mengelola Kualitas Layanan Bank” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisikelima, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011).

Imam Goshali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

Indrasari, Dr. Meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama (Surabaya: UNITOMO Press, 2019).

Intan Monica Alma Sangi dll. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana” *Productivity*, Vol. 3 No. 2 (2022).

Joko Bagio Susanto, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)”, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 06 No. 01 (2019).

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2006).

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003).

Kurnia Dandy, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah Dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN”, *UG Jurnal* Vol. 10 No. 12 (2016).

M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Alfabeta, 2010).

- Maulana Ade Syarif, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI”, *Jurnal Ekonomi Volume 7*, No.2, (November, 2016)
- Muhammad Adam, *Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006).
- Nopriandi Saleh, Nino. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Jakarta Sunter” *Jurnal Ekonomi dan Industri* Vol. 20 No. 1, (Januari-April 2019)
- Oniansyah dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol.2 No.2 (Desember 2019).
- Palenewen Pieter, *at.al* “Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pmbantu Palu” *Jurnal EMBA*, Vol 02. No. 3 (2014).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Popong Suryani, Yoyok Cahyono and Berliana Dita, “Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi di PT Tuntex Garment Indonesia, “*Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* 1, no. 1 (June 2020).
- Purwaniati Nugraheni & Imam Subaweh, “Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Laporan Keuangan”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1, (April 2008).
- Rachmad Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, (Maret 2009).
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

- Rambe, Ihsan “Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk”, *Jurnal Al-Iqtishad* Edisi 16, Vol. 1 (2020).
- Riyadin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan)” *Jurnal Simplex*, Vol.2 No.1 (2019).
- Rizal Zulkarnain dan Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 2 (2) (2018).
- Ruslan Rosadi, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Seanewati Oetama, “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit,” *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, (2017).
- Selvi Adelia, Sri Andriani, and Nova Aditya Ananda, “Analisis Faktor –Faktor Keuangan Dan Aspek Teknologi Terhadap Market Share Perbankan Di Indonesia Periode 2013- 2017,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 3, No. 2 (Desember 2018).
- Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2000).
- Sofyan Siregar *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014).
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*.(2013).
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

- Sumarsid and Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah* 12, no. 1 (Januari 2022).
- Sunyoto Danang, *Teori Kuisisioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013).
- Suprpto, “*Statistik Teori dan Aplikasi*”, (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Suyitno, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien”, *Jurnal Of Applied Business Administration*, Vol .2 No .1 (2018).
- Syarif Maulana, Ade. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI”, *Jurnal Ekonomi Volume* 7, No.2, November, 2016
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, (2014).
- Toni Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009)
- Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Vabiola Ghantynireta, Bunga. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)” *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business* Vol. 2 No. 2 (November 2021).
- Vivi Lutviatin, Luthfi Hadi Aminudin . “Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul Wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Prinsip Syariah”, *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 4 No. 2 (2022)
- Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*.
- Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

- Wulan Sri Devi “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank Aceh Syariah Kcp Ulee Kareng”, *skripsi*, (2020).
- Wulansari, Andhita Desi. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, (2016)
- Yanti Budiasih, *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi & Bisnis*, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012)
- Yeti Nurizzati, “Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi”, *Jurnal Edueksos*, Vol. 1, No. 1, (Januari 2012)
- Yudiana, Fetria Eka. “Modifikasi Branchless Banking Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal,” *Jurnal Muqtasid* 9, No. 1 (Juni 2019).



HASIL PENGUJIAN SPSS

1. UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas	X1.1	0,399	0,138	Valid
	X1.2	0,487	0,138	Valid
	X1.3	0,180	0,138	Valid
	X1.4	0,476	0,138	Valid
	X1.5	0,366	0,138	Valid
	X1.6	0,441	0,138	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0,366	0,138	Valid
	X2.2	0,603	0,138	Valid
	X2.3	0,612	0,138	Valid
	X2.4	0,390	0,138	Valid
	X2.5	0,559	0,138	Valid
	X2.6	0,632	0,138	Valid
Kualitas Produk	X3.1	0,724	0,138	Valid
	X3.2	0,642	0,138	Valid
	X3.3	0,479	0,138	Valid
	X3.4	0,595	0,138	Valid
	X3.5	0,687	0,138	Valid
	X3.6	0,635	0,138	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0,679	0,138	Valid
	Y.2	0,555	0,138	Valid
	Y.3	0,635	0,138	Valid
	Y.4	0,548	0,138	Valid
	Y.5	0,572	0,138	Valid
	Y.6	0,642	0,138	Valid

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Fasilitas	0,848	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,696	Reliabel
Kualitas Produk	0,657	Reliabel
Kepuasan	0,732	Reliabel

2. HASIL UJI DESKRIPTIF

Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Bank Muamalat Ponorogo

		Jenis Kelamin		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	88	44,0	44,0
	Perempuan	112	56,0	56,0
	Total	200	100,0	100,0

Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia Bank Muamalat Ponorogo

		Usia		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	20-29 tahun	58	29,0	29,0
	30-39 tahun	59	29,5	29,5
	40-49 tahun	58	29,0	29,0
	50-59 tahun	25	12,5	12,5
	Total	200	100,0	100,0

Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Bank Muamalat Ponorogo

		Pekerjaan		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Wiraswasta	21	10,5	10,5
	Pegawai Swasta	30	15,0	15,0
	Ibu Rumah Tangga	34	17,0	17,0
	Lainnya	115	57,5	57,5
	Total	200	100,0	100,0

**Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Bank
Muamalat Ponorogo**

Pendidikan		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SMP	13	6,5	6,5
	SMA	152	76,0	76,0
	Sarjana/Diploma	35	17,5	17,5
	Total	200	100,0	100,0

**Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi
Nasabah Bank Muamalat Ponorogo**

Lama menjadi Nasabah Bank Muamalat Ponorogo		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Kurang dari 1 Tahun	29	14,5	14,5
	1-2 Tahun	73	36,5	36,5
	Lebih dari 2 Tahun	98	49,0	49,0
	Total	200	100,0	100,0

3. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,16126829
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,054
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Linieritas Variabel Fasilitas

Hubungan	Sig	Keterangan
Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,766	Linear

Hasil Uji Linieritas Kualitas Layanan

Hubungan	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,315	Linear

Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk

Hubungan	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,112	Linear

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,777	,980		,792	,429
Fasilitas	-,010	,029	-,027	-,356	,722
Kualitas Layanan	,028	,040	,052	,693	,489

Kualitas Produk	-,016	,040	-,032	-,400	,689
-----------------	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,354 ^a	,125	,112	1,136	1,837

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Fasilitas	,883	1,133
	Kualitas Layanan	,891	1,122
	Kualitas Produk	,813	1,230

4. HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA DAN BERGANDA

Koefisien Determinasi X1 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,230	1,304

a. Predictors: (Constant), Fasilitas

Koefisien Determinasi X2 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605 ^a	,366	,363	1,187

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Koefisien Determinasi X3 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 ^a	,483	,481	1,071

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,040	1,459
	Fasilitas	,150	,043
	Kualitas Layanan	,478	,060
	Kualitas Produk	,275	,059

5. HASIL UJI HIPOTESIS

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,040	1,459		1,398	,164
	Fasilitas	,150	,043	,198	3,521	,001
	Kualitas Layanan	,478	,060	,447	7,999	,000
	Kualitas Produk	,275	,059	,270	4,624	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201,482	3	67,161	54,589	,000 ^b
	Residual	241,138	196	1,230		
	Total	442,620	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Fasilitas

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,455	,447	1,109

HASIL RESPONDEN

A. Variabel Fasilitas (X1)

No	Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	JUMLAH
1	A	4	4	3	4	4	4	23
2	RY	4	3	3	3	3	3	19
3	VY	4	4	4	3	3	4	22
4	P	4	3	3	3	3	4	20
5	P	4	4	3	3	4	4	22
6	K	4	4	3	3	4	3	21
7	UM	4	4	2	3	4	3	20
8	VY	4	4	3	4	4	4	23
9	LA	4	3	4	3	4	3	21
10	NAF	4	4	4	4	4	4	24
11	DPA	4	3	4	3	4	3	21
12	JK	3	3	4	4	3	3	20
13	IM	4	3	4	4	4	3	22
14	TA	4	4	4	4	4	4	24
15	S	4	4	3	4	4	3	22
16	ER	4	3	3	4	4	3	21
17	YW	3	4	3	4	4	4	22
18	S	4	4	3	4	3	4	22
19	S	3	4	3	4	3	3	20
20	AY	3	3	4	3	4	4	21
21	Y	4	4	4	4	4	4	24
22	R	3	3	3	3	3	3	18
23	M	4	3	4	3	4	3	21
24	CA	3	3	3	2	4	4	19
25	YA	4	4	2	3	4	3	20
26	UM	3	3	2	4	3	4	19
27	W	4	4	3	4	4	3	22
28	AS	3	3	2	3	4	3	18
29	AS	3	3	2	4	4	3	19
30	S	3	3	2	3	4	3	18
31	K	3	3	3	3	3	3	18

32	M	4	4	2	4	4	4	22
33	DM	3	3	2	3	4	3	18
34	JK	4	4	2	4	4	4	22
35	PS	3	3	4	3	3	3	19
36	UP	3	3	2	3	3	3	17
37	S	3	3	2	3	3	3	17
38	W	3	3	2	3	3	3	17
39	ZR	3	3	4	3	4	3	20
40	H	3	3	4	3	4	3	20
41	SA	4	3	4	3	3	3	20
42	MF	3	3	4	3	4	3	20
43	RA	3	3	2	3	3	4	18
44	HA	3	4	2	3	3	4	19
45	EL	3	3	2	3	3	4	18
46	EF	4	4	4	3	3	4	22
47	S	4	3	4	3	4	3	21
48	ES	4	3	4	3	4	3	21
49	NAF	4	3	4	3	4	3	21
50	WW	4	3	2	3	4	3	19
51	AR	3	3	3	3	3	3	18
52	BS	3	3	3	3	4	2	18
53	D	4	3	3	4	4	4	22
54	NP	3	3	3	3	3	3	18
55	MA	3	3	3	3	4	4	20
56	NH	4	4	3	4	3	4	22
57	AS	3	3	2	3	3	4	18
58	RP	4	3	3	4	3	3	20
59	BP	3	3	3	3	3	3	18
60	S	3	3	2	3	4	4	19
61	W	4	3	2	3	3	3	18
62	AR	4	4	2	3	3	3	19
63	CA	4	3	2	3	3	3	18
64	DM	3	3	2	3	4	4	19
65	S	3	3	2	3	3	3	17
66	N	3	3	3	4	4	4	21
67	S	3	3	3	3	3	3	18
68	B	3	3	2	3	3	3	17

69	AP	3	4	2	3	3	3	18
70	MA	3	3	1	3	4	3	17
71	L	3	3	3	3	3	3	18
72	RM	4	3	2	3	4	3	19
73	DR	3	3	3	3	3	3	18
74	S	3	3	1	2	4	2	15
75	AH	3	4	2	3	3	3	18
76	M	4	4	1	3	4	2	18
77	DR	3	3	3	3	4	3	19
78	DA	3	4	1	3	4	3	18
79	IS	3	3	1	3	4	3	17
80	T	3	3	3	3	3	3	18
81	MH	4	3	3	3	4	3	20
82	SC	4	3	3	3	3	3	19
83	M	4	3	3	4	4	2	20
84	PS	4	3	3	3	4	3	20
85	S	3	4	1	3	3	3	17
86	S	4	3	3	3	4	3	20
87	S	3	3	3	4	4	3	20
88	T	3	3	3	4	3	3	19
89	US	4	4	2	4	4	4	22
90	K	4	4	2	4	4	4	22
91	A	3	3	3	3	3	3	18
92	MF	4	4	3	4	4	4	23
93	N	3	3	3	3	3	3	18
94	R	4	4	3	4	4	4	23
95	A	3	3	3	3	3	3	18
96	D	3	3	3	4	3	3	19
97	D	4	4	3	3	3	3	20
98	R	3	3	2	3	3	3	17
99	W	4	4	2	4	4	4	22
100	FA	4	3	2	3	4	3	19
101	DD	4	4	2	4	4	4	22
102	W	3	3	3	3	4	3	19
103	FA	3	3	2	3	4	3	18
104	LM	4	4	3	4	4	4	23
105	S	4	4	2	3	4	3	20

106	HS	3	3	3	3	3	3	18
107	FL	4	4	2	3	4	4	21
108	S	4	4	2	4	4	4	22
109	PS	3	3	2	3	4	2	17
110	RBR	4	4	1	4	4	4	21
111	PS	4	4	2	4	4	3	21
112	DN	3	3	1	4	4	3	18
113	S	3	4	3	4	4	2	20
114	AP	4	4	4	4	4	2	22
115	AA	3	4	3	3	2	3	18
116	UN	3	3	3	2	3	3	17
117	AP	4	4	2	3	4	3	20
118	M	3	3	2	3	3	3	17
119	M	3	3	2	3	3	3	17
120	K	4	4	2	4	4	4	22
121	KN	3	3	3	3	3	3	18
122	S	3	3	3	2	4	3	18
123	RM	3	3	3	3	3	3	18
124	S	4	4	3	4	4	4	23
125	R	3	3	3	3	3	4	19
126	A	3	2	2	2	4	3	16
127	M	3	3	3	3	3	3	18
128	M	4	4	4	4	4	4	24
129	HS	3	3	3	4	4	4	21
130	S	4	4	3	3	3	3	20
131	LM	4	4	3	4	4	4	23
132	B	4	4	3	4	4	3	22
133	M	3	3	3	2	4	3	18
134	M	3	4	3	4	4	4	22
135	M	4	4	3	4	4	4	23
136	K	3	3	3	3	4	4	20
137	B	3	3	2	3	4	3	18
138	RY	4	4	3	2	4	3	20
139	SR	3	3	4	3	4	3	20
140	NH	4	4	4	4	4	3	23
141	TWP	4	4	4	3	4	2	21
142	N	3	4	2	2	4	3	18

143	DW	4	4	2	3	4	3	20
144	N	4	4	2	4	4	3	21
145	DPW	4	3	2	3	3	3	18
146	TA	4	3	2	3	3	3	18
147	RF	4	4	2	4	4	4	22
148	F	3	4	2	4	4	3	20
149	S	3	3	2	4	4	4	20
150	W	3	3	3	3	3	4	19
151	M	4	3	2	4	4	4	21
152	K	4	3	2	3	3	4	19
153	R	4	4	3	4	4	4	23
154	RN	3	3	3	3	4	3	19
155	AA	4	4	2	4	4	4	22
156	AY	3	3	3	3	3	3	18
157	YA	3	3	2	3	3	3	17
158	M	4	4	2	4	4	4	22
159	Z	3	3	2	2	4	3	17
160	AA	4	3	2	4	3	4	20
161	H	3	3	3	3	4	3	19
162	SK	3	3	2	3	3	3	17
163	AW	4	4	2	4	4	4	22
164	S	4	4	3	3	3	3	20
165	M	3	3	3	4	4	4	21
166	EF	3	4	3	4	4	4	22
167	TEW	4	4	3	4	4	3	22
168	SH	4	4	3	4	4	4	23
169	AS	4	4	2	4	4	4	22
170	AS	3	3	2	3	3	3	17
171	TM	4	4	3	4	4	4	23
172	RTH	3	3	3	3	3	4	19
173	DS	3	4	2	4	4	3	20
174	RP	4	4	2	4	4	4	22
175	EY	3	3	2	3	3	3	17
176	CAS	4	4	3	4	4	4	23
177	MD	3	3	4	3	3	4	20
178	SF	3	4	4	3	3	4	21
179	NA	3	3	4	3	3	4	20

180	SK	4	3	4	4	3	4	22
181	S	4	4	4	3	4	4	23
182	RA	3	4	2	3	3	4	19
183	N	3	3	2	4	3	3	18
184	AL	4	4	3	4	4	4	23
185	IS	3	3	2	4	3	4	19
186	NF	3	3	2	3	3	4	18
187	K	4	4	4	3	3	4	22
188	EP	4	4	3	4	4	4	23
189	S	3	3	4	4	3	4	21
190	R	4	4	2	4	4	4	22
191	SM	4	4	4	3	4	3	22
192	Z	4	4	4	4	4	3	23
193	S	3	3	4	3	4	3	20
194	A	3	4	4	4	4	3	22
195	AM	3	4	4	4	4	4	23
196	K	4	4	2	4	4	4	22
197	DPA	4	4	3	4	4	3	22
198	S	4	4	3	4	4	4	23
199	K	4	4	3	4	4	4	23
200	AB	4	4	4	4	4	4	24
JUMLAH		699	687	548	672	723	673	4002

B. Variabel Kualitas Layanan (X2)

No	Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	JUMLAH
1	A	3	3	3	3	4	3	19
2	RY	3	3	3	3	3	3	18
3	VY	3	4	3	3	4	3	20
4	P	3	3	3	3	3	3	18
5	P	3	4	4	3	4	3	21
6	K	3	3	4	3	4	3	20
7	UM	3	3	4	3	4	3	20
8	VY	3	4	3	4	3	4	21
9	LA	3	3	4	3	4	3	20

10	NAF	4	4	4	4	4	4	24
11	DPA	4	3	2	1	4	3	17
12	JK	3	3	3	3	3	3	18
13	IM	4	3	4	3	4	3	21
14	TA	4	4	4	4	4	4	24
15	S	4	4	4	4	4	4	24
16	ER	3	3	4	3	4	3	20
17	YW	3	4	4	4	4	4	23
18	S	3	3	4	2	4	3	19
19	S	4	4	4	4	4	4	24
20	AY	3	3	4	3	4	4	21
21	Y	4	3	3	3	3	3	19
22	R	3	3	3	3	3	3	18
23	M	3	3	5	2	4	3	20
24	CA	3	2	4	2	4	3	18
25	YA	3	3	4	2	4	3	19
26	UM	3	3	4	2	3	3	18
27	W	3	3	3	2	3	3	17
28	AS	3	2	3	2	4	3	17
29	AS	3	3	3	2	4	3	18
30	S	3	3	3	3	3	3	18
31	K	3	3	3	3	3	3	18
32	M	3	4	4	3	3	3	20
33	DM	3	3	3	3	3	3	18
34	JK	3	3	3	3	3	3	18
35	PS	3	3	3	3	3	3	18
36	UP	3	3	3	3	3	3	18
37	S	3	3	3	3	3	3	18
38	W	3	3	3	3	3	3	18
39	ZR	3	3	3	3	3	3	18
40	H	3	3	3	3	3	3	18
41	SA	3	3	4	2	3	3	18
42	MF	3	3	3	3	3	3	18
43	RA	3	3	3	3	3	3	18
44	HA	3	3	3	3	3	3	18
45	EL	3	3	3	3	3	3	18
46	EF	3	3	3	2	3	3	17

47	S	3	3	3	3	3	3	18
48	ES	3	3	3	3	3	3	18
49	NAF	3	3	3	3	3	3	18
50	WW	3	3	3	3	3	3	18
51	AR	3	3	3	3	3	3	18
52	BS	3	3	3	3	3	3	18
53	D	3	2	4	2	3	3	17
54	NP	2	3	3	2	3	3	16
55	MA	3	3	3	3	3	3	18
56	NH	3	3	3	3	3	3	18
57	AS	3	3	3	3	3	3	18
58	RP	3	3	3	3	3	3	18
59	BP	3	3	3	3	3	3	18
60	S	3	3	3	3	3	3	18
61	W	3	3	3	3	3	3	18
62	AR	3	3	3	3	3	3	18
63	CA	3	3	3	3	3	3	18
64	DM	2	2	4	2	4	2	16
65	S	3	3	3	3	3	3	18
66	N	3	3	4	3	3	3	19
67	S	3	3	3	3	3	3	18
68	B	3	3	3	3	3	3	18
69	AP	3	3	3	3	3	3	18
70	MA	3	3	3	3	3	3	18
71	L	3	3	3	3	3	3	18
72	RM	3	3	4	2	4	2	18
73	DR	3	3	3	3	3	3	18
74	S	3	3	3	3	3	3	18
75	AH	3	3	3	3	3	3	18
76	M	3	2	3	2	4	2	16
77	DR	3	3	3	3	3	3	18
78	DA	2	2	4	2	3	3	16
79	IS	3	3	3	3	4	3	19
80	T	2	4	4	2	4	4	20
81	MH	3	3	3	3	4	4	20
82	SC	2	2	4	2	4	3	17
83	M	2	3	4	2	4	3	18

84	PS	3	3	3	3	3	3	18
85	S	3	3	3	3	3	3	18
86	S	3	3	3	3	3	3	18
87	S	2	4	4	2	4	3	19
88	T	3	3	3	3	3	3	18
89	US	4	4	4	4	4	4	24
90	K	3	3	3	3	3	3	18
91	A	3	3	3	3	3	3	18
92	MF	3	3	4	3	4	4	21
93	N	3	3	3	3	3	3	18
94	R	3	3	3	3	3	3	18
95	A	3	4	3	3	3	4	20
96	D	3	3	3	3	3	3	18
97	D	3	3	3	3	3	3	18
98	R	3	3	3	3	3	3	18
99	W	4	4	4	4	4	4	24
100	FA	2	4	4	2	4	4	20
101	DD	4	4	4	4	4	4	24
102	W	3	2	3	3	3	3	17
103	FA	3	4	3	3	3	3	19
104	LM	3	4	4	2	4	2	19
105	S	4	4	4	4	3	4	23
106	HS	3	3	3	3	3	3	18
107	FL	4	3	4	2	4	4	21
108	S	4	4	4	4	4	4	24
109	PS	4	4	4	4	4	4	24
110	RBR	4	4	4	4	4	4	24
111	PS	2	3	3	4	3	3	18
112	DN	4	4	4	4	4	4	24
113	S	4	3	3	4	3	3	20
114	AP	2	3	4	2	4	2	17
115	AA	3	3	3	3	3	3	18
116	UN	3	3	3	3	3	3	18
117	AP	3	3	3	3	3	3	18
118	M	3	3	3	3	3	3	18
119	M	3	2	4	4	4	4	21
120	K	3	3	3	3	3	3	18

121	KN	3	3	3	3	3	3	18
122	S	3	3	3	3	3	3	18
123	RM	3	3	3	3	3	3	18
124	S	3	3	3	3	3	3	18
125	R	4	4	4	1	3	2	18
126	A	2	3	3	1	3	2	14
127	M	3	3	3	3	3	3	18
128	M	3	4	4	4	4	4	23
129	HS	4	4	4	2	4	3	21
130	S	3	3	3	3	3	2	17
131	LM	3	3	3	3	4	3	19
132	B	3	4	4	4	4	2	21
133	M	3	3	3	3	3	3	18
134	M	4	4	4	4	4	4	24
135	M	4	4	4	2	4	3	21
136	K	4	4	3	2	3	3	19
137	B	3	3	3	4	3	3	19
138	RY	2	2	4	2	4	4	18
139	SR	3	3	3	3	3	4	19
140	NH	3	3	3	3	3	3	18
141	TWP	3	3	3	3	3	3	18
142	N	3	3	3	3	3	3	18
143	DW	3	3	3	3	3	3	18
144	N	3	3	3	3	3	3	18
145	DPW	2	3	3	2	4	3	17
146	TA	3	3	3	3	3	3	18
147	RF	2	4	5	4	4	4	23
148	F	3	3	4	2	3	4	19
149	S	4	4	4	4	4	4	24
150	W	4	4	4	4	4	4	24
151	M	3	3	3	3	3	3	18
152	K	3	3	3	3	3	3	18
153	R	3	3	3	3	3	4	19
154	RN	2	3	3	3	3	3	17
155	AA	3	3	3	3	3	3	18
156	AY	3	3	3	3	3	3	18
157	YA	3	3	3	3	4	3	19

158	M	3	3	3	3	3	3	18
159	Z	3	3	3	3	3	3	18
160	AA	3	3	3	3	3	3	18
161	H	3	3	3	3	3	3	18
162	SK	3	3	3	3	3	3	18
163	AW	3	3	3	3	3	3	18
164	S	3	3	3	3	3	3	18
165	M	3	3	3	2	4	4	19
166	EF	4	4	4	4	4	4	24
167	TEW	2	4	3	2	3	3	17
168	SH	3	3	3	3	3	3	18
169	AS	2	4	4	1	4	3	18
170	AS	3	3	3	3	3	3	18
171	TM	3	3	3	3	3	3	18
172	RTH	3	4	4	2	4	4	21
173	DS	2	4	3	2	4	2	17
174	RP	4	4	3	3	4	3	21
175	EY	3	3	3	3	4	3	19
176	CAS	3	3	3	3	3	2	17
177	MD	3	3	4	2	3	4	19
178	SF	4	3	3	2	3	3	18
179	NA	3	3	3	4	4	2	19
180	SK	4	2	3	2	3	3	17
181	S	3	3	3	3	3	3	18
182	RA	3	3	3	2	3	2	16
183	N	3	3	3	3	3	3	18
184	AL	3	3	3	3	3	3	18
185	IS	3	3	3	3	3	3	18
186	NF	3	3	3	3	3	3	18
187	K	3	3	3	3	3	3	18
188	EP	3	3	3	3	3	3	18
189	S	2	3	3	3	3	3	17
190	R	4	4	3	2	3	3	19
191	SM	3	4	4	2	3	3	19
192	Z	2	4	4	2	4	3	19
193	S	3	3	3	3	3	3	18
194	A	2	3	3	3	3	3	17

195	AM	2	4	4	2	4	4	20
196	K	2	4	4	2	4	4	20
197	DPA	2	3	4	2	4	3	18
198	S	2	4	4	2	4	3	19
199	K	3	4	4	2	4	4	21
200	AB	4	4	4	4	4	4	24
JUMLAH		605	636	666	573	670	626	3776

C. Variabel Kualitas Produk (X3)

No	Res	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	JUMLAH
1	A	3	3	3	3	3	3	18
2	RY	3	3	3	3	3	3	18
3	VY	4	3	3	3	3	3	19
4	P	3	4	4	3	3	3	20
5	P	3	3	4	3	4	3	20
6	K	4	3	4	3	4	3	21
7	UM	4	3	3	3	3	3	19
8	VY	4	3	3	3	4	3	20
9	LA	4	3	3	3	3	4	20
10	NAF	4	4	4	4	4	4	24
11	DPA	3	2	1	4	3	2	15
12	JK	3	3	3	3	3	3	18
13	IM	4	3	4	3	4	3	21
14	TA	4	4	4	4	4	4	24
15	S	4	4	4	4	4	4	24
16	ER	4	3	3	3	3	3	19
17	YW	3	4	4	4	4	4	23
18	S	4	3	3	3	3	3	19
19	S	3	3	4	3	3	4	20
20	AY	4	3	3	3	3	3	19
21	Y	3	3	3	3	3	3	18
22	R	3	3	3	3	3	3	18
23	M	3	3	3	3	3	3	18
24	CA	3	3	3	3	3	3	18

25	YA	4	3	3	3	3	3	19
26	UM	3	3	3	3	3	4	19
27	W	3	3	3	3	3	3	18
28	AS	3	3	3	3	3	4	19
29	AS	3	3	3	3	3	3	18
30	S	3	3	3	3	3	3	18
31	K	3	3	3	3	3	3	18
32	M	3	3	3	3	3	3	18
33	DM	3	3	3	3	3	3	18
34	JK	3	3	3	3	3	3	18
35	PS	3	3	3	3	3	3	18
36	UP	3	3	3	3	3	3	18
37	S	3	3	3	3	3	3	18
38	W	3	3	3	3	3	3	18
39	ZR	3	3	3	3	3	3	18
40	H	3	3	3	3	3	3	18
41	SA	3	3	3	3	3	3	18
42	MF	3	3	3	3	3	3	18
43	RA	3	3	3	3	3	3	18
44	HA	3	3	3	3	3	3	18
45	EL	3	3	3	3	3	3	18
46	EF	3	3	3	3	3	3	18
47	S	3	3	3	3	3	3	18
48	ES	3	3	3	3	3	3	18
49	NAF	3	3	3	3	3	3	18
50	WW	3	3	3	3	3	4	19
51	AR	3	3	3	3	3	3	18
52	BS	3	3	3	3	3	3	18
53	D	3	3	3	3	3	3	18
54	NP	3	3	3	3	3	3	18
55	MA	3	3	3	3	3	3	18
56	NH	3	3	3	3	3	3	18
57	AS	3	3	3	3	3	3	18
58	RP	3	3	3	3	3	3	18
59	BP	3	3	3	3	3	3	18
60	S	3	3	3	3	3	3	18
61	W	3	3	3	3	3	3	18

62	AR	3	3	3	3	3	3	18
63	CA	3	3	3	3	3	3	18
64	DM	3	3	3	3	3	3	18
65	S	3	3	3	3	3	3	18
66	N	3	3	3	3	3	3	18
67	S	3	3	3	3	3	3	18
68	B	3	3	3	3	3	3	18
69	AP	3	3	3	3	3	3	18
70	MA	3	3	3	3	3	3	18
71	L	3	3	3	3	3	3	18
72	RM	3	3	3	3	3	3	18
73	DR	3	3	3	3	3	3	18
74	S	3	3	3	3	3	3	18
75	AH	3	3	3	3	3	3	18
76	M	3	4	3	3	3	4	20
77	DR	3	3	3	3	3	4	19
78	DA	3	3	3	3	3	3	18
79	IS	3	3	3	3	3	3	18
80	T	3	3	3	3	3	3	18
81	MH	4	2	4	4	4	4	22
82	SC	4	4	2	2	4	4	20
83	M	3	3	3	3	3	3	18
84	PS	3	3	3	3	3	3	18
85	S	3	3	3	3	3	3	18
86	S	3	3	3	3	3	3	18
87	S	3	3	4	3	3	3	19
88	T	3	3	3	3	3	3	18
89	US	4	4	4	4	4	4	24
90	K	3	3	3	3	3	3	18
91	A	3	3	3	3	3	3	18
92	MF	4	4	2	4	4	4	22
93	N	3	3	3	3	3	3	18
94	R	3	3	3	3	3	3	18
95	A	4	3	3	3	3	3	19
96	D	3	3	3	3	3	3	18
97	D	3	3	3	3	3	3	18
98	R	3	3	3	3	3	3	18

99	W	4	4	4	4	4	4	24
100	FA	4	4	4	4	4	4	24
101	DD	4	4	4	4	4	4	24
102	W	3	3	3	3	3	3	18
103	FA	3	3	3	3	3	4	19
104	LM	4	4	2	4	4	4	22
105	S	4	4	3	4	4	4	23
106	HS	3	3	3	3	3	3	18
107	FL	4	4	3	4	4	4	23
108	S	4	4	4	4	4	4	24
109	PS	4	3	3	3	4	4	21
110	RBR	4	3	2	2	3	4	18
111	PS	4	3	3	3	4	4	21
112	DN	4	4	3	3	3	4	21
113	S	3	3	3	3	3	3	18
114	AP	3	3	2	3	2	3	16
115	AA	3	3	3	3	3	3	18
116	UN	3	3	3	3	3	3	18
117	AP	3	3	3	3	3	3	18
118	M	3	3	3	3	3	3	18
119	M	3	3	3	3	3	3	18
120	K	3	3	3	3	3	3	18
121	KN	3	3	3	3	3	3	18
122	S	3	3	3	3	3	3	18
123	RM	3	3	3	3	3	3	18
124	S	3	3	3	3	3	3	18
125	R	3	3	3	3	3	3	18
126	A	3	3	3	2	3	3	17
127	M	3	3	3	3	3	3	18
128	M	4	3	3	4	3	3	20
129	HS	4	4	3	3	3	3	20
130	S	3	3	3	3	4	4	20
131	LM	4	3	3	3	3	3	19
132	B	3	4	2	4	3	4	20
133	M	3	3	3	4	4	4	21
134	M	3	3	4	3	4	4	21
135	M	3	3	4	3	3	3	19

136	K	3	3	4	3	3	3	19
137	B	3	3	3	4	3	3	19
138	RY	4	4	4	2	4	4	22
139	SR	3	3	3	3	3	4	19
140	NH	3	3	3	3	3	3	18
141	TWP	3	3	3	3	3	3	18
142	N	3	3	3	3	3	3	18
143	DW	3	3	3	3	3	3	18
144	N	3	3	3	3	3	3	18
145	DPW	3	3	3	3	3	3	18
146	TA	3	3	3	3	3	3	18
147	RF	4	4	4	4	4	4	24
148	F	3	3	3	3	3	3	18
149	S	4	3	3	4	2	3	19
150	W	4	4	4	4	4	4	24
151	M	3	3	3	3	3	3	18
152	K	3	3	3	3	3	3	18
153	R	3	3	3	3	3	3	18
154	RN	3	3	3	3	3	3	18
155	AA	3	3	3	3	4	3	19
156	AY	3	3	3	3	3	3	18
157	YA	3	3	3	3	3	3	18
158	M	3	3	3	3	3	3	18
159	Z	3	3	3	3	3	3	18
160	AA	3	3	3	3	3	3	18
161	H	3	3	3	3	3	3	18
162	SK	3	3	3	3	3	3	18
163	AW	3	3	3	3	3	3	18
164	S	3	3	3	3	3	3	18
165	M	3	4	3	3	3	3	19
166	EF	4	4	4	4	4	4	24
167	TEW	3	3	3	3	3	3	18
168	SH	3	3	3	3	3	3	18
169	AS	3	3	3	4	3	3	19
170	AS	3	3	3	3	3	3	18
171	TM	3	3	3	3	3	3	18
172	RTH	4	3	3	4	3	3	20

173	DS	3	3	3	3	3	3	18
174	RP	3	3	3	3	3	4	19
175	EY	3	3	3	4	3	3	19
176	CAS	3	3	2	3	2	3	16
177	MD	4	4	4	3	3	3	21
178	SF	3	3	3	3	3	3	18
179	NA	4	4	2	3	2	4	19
180	SK	3	3	3	4	3	3	19
181	S	3	4	3	3	3	3	19
182	RA	3	3	3	2	2	3	16
183	N	3	3	3	3	3	3	18
184	AL	3	3	3	3	3	4	19
185	IS	3	3	3	3	3	3	18
186	NF	3	3	3	3	3	3	18
187	K	3	3	3	3	3	3	18
188	EP	3	3	3	3	3	3	18
189	S	3	3	3	3	3	3	18
190	R	3	3	4	4	4	3	21
191	SM	4	4	3	3	3	3	20
192	Z	3	3	3	3	3	3	18
193	S	3	3	3	3	3	3	18
194	A	3	3	3	3	3	3	18
195	AM	4	4	4	3	4	4	23
196	K	4	4	2	3	4	4	21
197	DPA	4	4	2	3	3	4	20
198	S	4	4	2	4	3	4	21
199	K	4	4	4	3	4	4	23
200	AB	4	4	4	4	4	4	24
JUMLAH		647	632	615	625	629	644	3792

P O N O R O G O

D. Variabel Kepuasan (Y)

No	Res	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	JUMLAH
1	A	3	3	3	3	3	3	18
2	RY	3	3	3	3	3	3	18
3	VY	4	4	4	4	4	4	24
4	P	3	3	3	3	4	4	20
5	P	3	3	3	3	3	3	18
6	K	3	4	4	3	3	4	21
7	UM	3	3	4	4	3	3	20
8	VY	4	3	4	3	3	4	21
9	LA	3	3	3	3	3	3	18
10	NAF	4	4	4	4	4	4	24
11	DPA	2	1	4	3	2	1	13
12	JK	3	3	3	3	3	3	18
13	IM	4	3	4	3	4	3	21
14	TA	4	4	4	4	4	4	24
15	S	4	4	4	4	4	4	24
16	ER	4	3	4	3	3	3	20
17	YW	3	2	4	3	3	4	19
18	S	3	3	3	3	3	4	19
19	S	3	3	3	3	3	3	18
20	AY	3	3	4	4	4	3	21
21	Y	3	3	3	3	3	3	18
22	R	3	3	3	3	3	3	18
23	M	3	2	3	3	3	3	17
24	CA	3	2	3	3	3	3	17
25	YA	4	3	3	3	3	3	19
26	UM	3	3	3	3	3	3	18
27	W	3	2	3	2	3	3	16
28	AS	3	2	3	3	3	3	17
29	AS	3	2	3	3	3	3	17
30	S	3	3	3	3	3	3	18
31	K	3	3	3	3	3	3	18
32	M	3	3	3	3	3	3	18
33	DM	3	3	3	3	3	3	18
34	JK	4	3	3	3	3	3	19

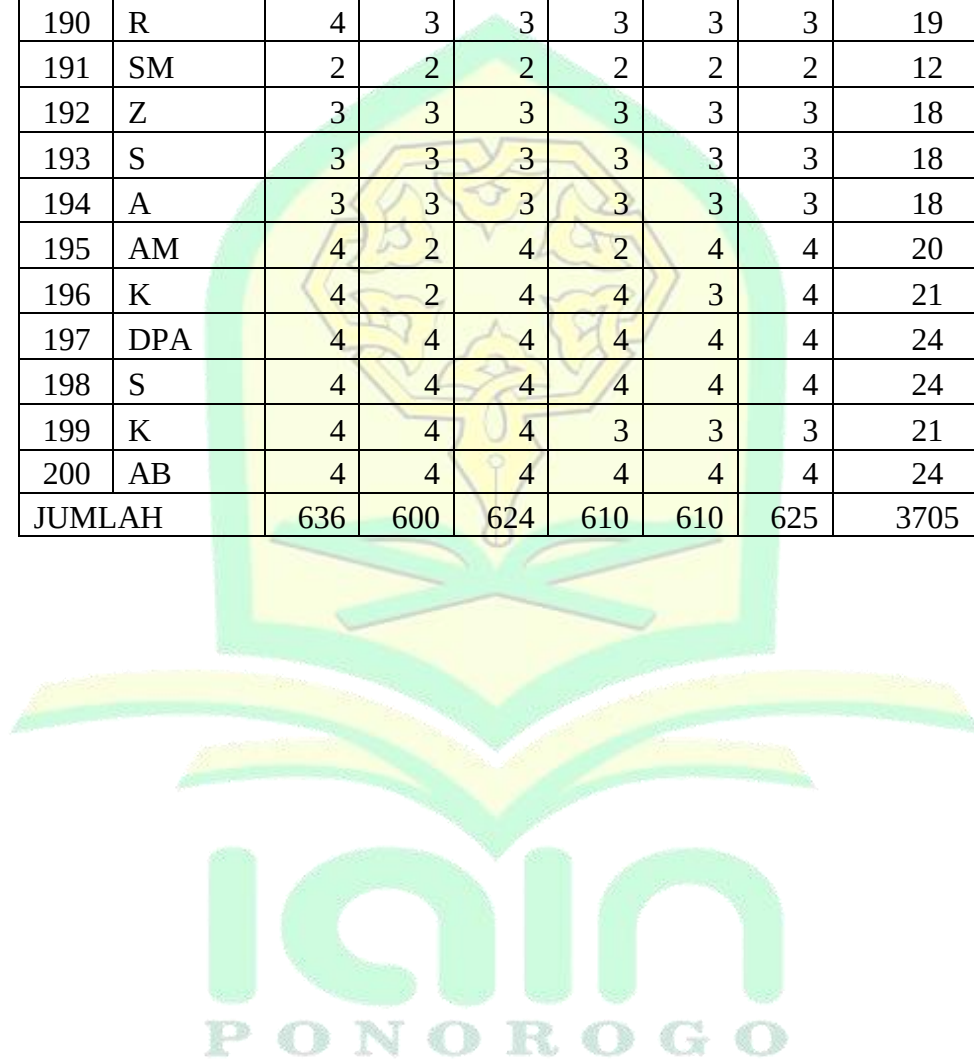
35	PS	3	3	3	3	3	3	18
36	UP	3	3	3	3	3	3	18
37	S	3	3	3	3	3	3	18
38	W	3	3	3	3	3	3	18
39	ZR	3	2	3	3	3	3	17
40	H	3	3	3	3	3	3	18
41	SA	3	3	3	3	3	3	18
42	MF	3	3	3	3	3	3	18
43	RA	3	3	3	3	3	3	18
44	HA	3	3	3	3	3	3	18
45	EL	3	3	3	3	3	3	18
46	EF	3	3	3	3	3	3	18
47	S	3	3	3	3	3	3	18
48	ES	3	3	3	3	3	3	18
49	NAF	3	3	3	3	3	3	18
50	WW	3	3	3	3	3	3	18
51	AR	3	3	3	3	3	3	18
52	BS	3	3	3	3	3	3	18
53	D	3	3	3	3	3	3	18
54	NP	3	3	3	3	3	3	18
55	MA	3	3	3	3	3	3	18
56	NH	3	3	3	3	3	3	18
57	AS	3	3	3	3	3	3	18
58	RP	3	3	3	3	3	3	18
59	BP	3	3	3	3	3	3	18
60	S	3	3	3	3	3	3	18
61	W	3	3	3	3	3	3	18
62	AR	3	3	3	3	3	3	18
63	CA	3	3	3	3	3	3	18
64	DM	3	3	3	3	3	3	18
65	S	3	3	3	3	3	3	18
66	N	3	2	2	3	3	3	16
67	S	3	3	2	3	3	3	17
68	B	3	3	3	3	3	3	18
69	AP	3	3	3	3	3	3	18
70	MA	3	3	3	3	3	3	18
71	L	3	3	4	2	2	3	17

72	RM	3	3	3	3	3	3	18
73	DR	3	3	3	3	3	3	18
74	S	3	3	3	3	3	3	18
75	AH	3	3	3	3	3	3	18
76	M	3	2	2	2	3	3	15
77	DR	3	3	3	3	3	3	18
78	DA	3	3	3	3	3	3	18
79	IS	3	3	3	3	3	3	18
80	T	3	3	3	3	3	3	18
81	MH	3	2	3	3	3	3	17
82	SC	3	3	3	3	3	3	18
83	M	3	2	3	2	3	3	16
84	PS	3	3	3	3	3	3	18
85	S	3	3	3	3	3	3	18
86	S	2	3	3	3	3	3	17
87	S	3	3	3	3	3	3	18
88	T	3	3	4	3	3	3	19
89	US	4	4	4	4	4	4	24
90	K	3	3	3	3	3	3	18
91	A	3	3	2	3	3	3	17
92	MF	4	4	4	4	4	4	24
93	N	3	3	3	3	3	3	18
94	R	3	3	3	3	3	3	18
95	A	3	3	3	3	3	3	18
96	D	3	3	3	3	3	3	18
97	D	3	3	3	3	3	3	18
98	R	3	3	3	3	3	3	18
99	W	4	4	4	4	4	4	24
100	FA	4	4	4	4	4	4	24
101	DD	4	4	4	4	4	4	24
102	W	3	3	3	3	3	3	18
103	FA	3	3	3	3	3	3	18
104	LM	3	2	3	2	2	4	16
105	S	3	4	3	3	3	3	19
106	HS	3	3	3	3	3	3	18
107	FL	4	4	3	3	4	4	22
108	S	3	4	4	3	4	3	21

109	PS	4	3	4	3	4	4	22
110	RBR	4	2	3	2	2	4	17
111	PS	4	3	3	3	3	3	19
112	DN	3	3	3	3	3	3	18
113	S	3	3	3	3	3	3	18
114	AP	3	2	2	3	2	2	14
115	AA	3	3	3	3	3	3	18
116	UN	3	3	3	3	3	3	18
117	AP	3	3	3	3	3	3	18
118	M	3	3	3	3	3	3	18
119	M	3	3	3	3	3	3	18
120	K	4	2	4	3	4	4	21
121	KN	3	3	3	3	3	3	18
122	S	3	3	3	3	3	3	18
123	RM	3	3	3	3	3	3	18
124	S	3	3	3	3	3	3	18
125	R	3	3	3	3	3	3	18
126	A	3	2	2	2	2	2	13
127	M	3	2	2	3	3	3	16
128	M	4	3	3	3	3	4	20
129	HS	4	3	3	4	4	3	21
130	S	4	3	4	3	3	3	20
131	LM	3	3	3	3	3	3	18
132	B	3	4	2	3	3	2	17
133	M	4	4	4	4	4	4	24
134	M	4	4	4	4	3	4	23
135	M	3	3	3	2	3	3	17
136	K	3	3	3	3	3	3	18
137	B	3	3	3	3	3	3	18
138	RY	4	2	3	4	2	4	19
139	SR	3	3	3	3	3	3	18
140	NH	3	3	3	3	3	3	18
141	TWP	3	3	3	3	3	3	18
142	N	3	3	3	3	3	3	18
143	DW	3	3	3	3	3	3	18
144	N	3	3	3	3	3	3	18
145	DPW	3	3	3	3	3	3	18

146	TA	3	3	3	3	3	4	19
147	RF	4	4	4	4	4	4	24
148	F	3	3	3	3	3	3	18
149	S	3	3	3	2	2	3	16
150	W	4	4	4	4	4	4	24
151	M	3	3	3	3	3	3	18
152	K	3	3	3	3	4	4	20
153	R	3	3	3	3	3	3	18
154	RN	3	3	3	3	3	3	18
155	AA	3	3	3	3	3	3	18
156	AY	3	3	3	3	3	3	18
157	YA	3	3	3	3	3	3	18
158	M	3	3	3	3	3	4	19
159	Z	3	3	3	3	3	3	18
160	AA	3	3	3	3	3	3	18
161	H	3	3	3	3	3	3	18
162	SK	4	3	2	3	2	3	17
163	AW	3	3	3	3	3	3	18
164	S	3	3	3	3	3	3	18
165	M	3	3	2	3	2	3	16
166	EF	4	3	3	3	2	3	18
167	TEW	2	3	3	3	3	3	17
168	SH	3	3	3	3	3	3	18
169	AS	4	3	3	3	3	3	19
170	AS	3	3	3	3	3	3	18
171	TM	3	4	3	3	2	2	17
172	RTH	4	3	3	3	3	3	19
173	DS	4	3	3	3	3	4	20
174	RP	4	4	2	2	2	2	16
175	EY	3	3	4	3	3	3	19
176	CAS	3	3	4	3	3	3	19
177	MD	3	3	4	4	4	4	22
178	SF	3	3	3	3	3	3	18
179	NA	3	3	3	3	3	3	18
180	SK	3	3	3	3	3	3	18
181	S	3	3	3	3	3	3	18
182	RA	3	3	3	3	3	3	18

183	N	3	3	3	3	3	3	18
184	AL	3	3	3	3	2	3	17
185	IS	3	3	3	3	3	3	18
186	NF	3	2	2	3	2	2	14
187	K	3	3	4	3	3	3	19
188	EP	3	3	3	3	3	2	17
189	S	3	3	3	3	3	3	18
190	R	4	3	3	3	3	3	19
191	SM	2	2	2	2	2	2	12
192	Z	3	3	3	3	3	3	18
193	S	3	3	3	3	3	3	18
194	A	3	3	3	3	3	3	18
195	AM	4	2	4	2	4	4	20
196	K	4	2	4	4	3	4	21
197	DPA	4	4	4	4	4	4	24
198	S	4	4	4	4	4	4	24
199	K	4	4	4	3	3	3	21
200	AB	4	4	4	4	4	4	24
JUMLAH		636	600	624	610	610	625	3705



**KUESIONER PENGARUH FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK
MUAMALAT PONOROGO**

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria
b. Wanita
3. Usia : a. 20-29 tahun c. 40-49 tahun
b. 30-39 tahun d. 50-59 tahun
4. Pekerjaan : a. Wiraswasta c. Ibu rumah tangga
b. Pegawai Swasta d. Lainnya
5. Pendidikan terakhir : a. SD c. SMA
b. SMP d. Sarjana/Diploma
6. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Muamalat :
 - a. Kurang dari 1 tahun
 - b. 1-2 tahun
 - c. Lebih dari 2 tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pada pengisian angket ini hanya membutuhkan waktu 2 menit dan tidak ada jawaban benar ataupun salah. Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon menjawab secara jujur dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada kolom sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Pada jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 4 (Sangat Setuju). Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju diberi skor 4

S = Setuju diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

C. Pernyataan

1. Variabel Fasilitas

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Bank Muamalat Ponorogo telah memiliki desain gedung yang cocok untuk kegiatan transaksi keuangan				
2.	Bank Muamalat Ponorogo memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi nasabahnya				
3.	Bank Muamalat Ponorogo memiliki fasilitas ATM yang cukup untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya				
4.	Bank Muamalat Ponorogo memiliki gedung dengan kapasitas nasabah yang memadai				
5.	Bank Muamalat Ponorogo memiliki fasilitas alat pembayaran, pulpen, meja yang rapih dll.				
6.	Bank Muamalat Ponorogo memiliki area parkir yang luas dan hallaman parkir yang bersih				

2. Variabel Kualitas Layanan

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Pelayanan transaksi Bank Muamalat Ponorogo sesuai dengan nomor antrean yang diambil				
2.	Karyawan Bank Muamalat Ponorogo melayani nasabah dengan baik dan menyelesaikan masalah dengan tepat				
3.	Pegawai Bank Muamalat Ponorogo selalu memberi salam ketika selesai melayani transaksi nasabah				

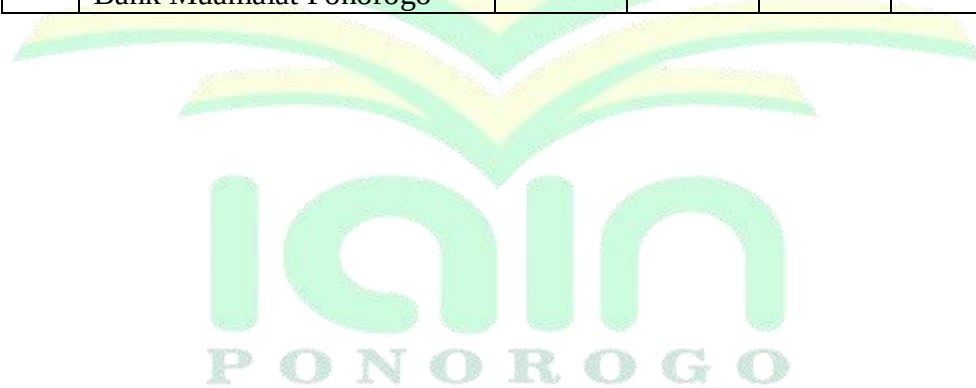
4.	Karyawan Bank Muamalat Ponorogo memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama				
5.	Karyawan Bank Muamalat Ponorogo selalu berpenampilan menarik dan sopan sesuai syariah				
6.	Pelayanan yang diberikan karyawan Bank Muamalat Ponorogo sesuai dengan harapan nasabah				

3. Variabel Kualitas Produk

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Produk-produk yang ada di Bank Muamalat Ponorogo sesuai dengan ketentuan syariah				
2.	Produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat Ponorogo sesuai dengan kebutuhan nasabah				
3.	Terjangkaunya biaya administrasi di Bank Muamalat Ponorogo				
4.	Adanya kemudahan dalam menggunakan produk Bank Muamalat Ponorogo				
5.	Setoran pembukaan produk tabungan di Bank Muamalat Ponorogo sudah sesuai dengan kemampuan nasabah				
6.	Adanya fasilitas <i>e-banking</i> yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi				

4. Variabel Kepuasan

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Nasabah ingin menggunakan kembali produk/jasa dari Bank Muamalat Ponorogo				
2.	Nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Bank Muamalat Ponorogo				
3.	Nasabah akan merekomendasikan produk/jasa dari Bank Muamalat Ponorogo kepada keluarga ataupun teman				
4.	Nasabah merasa puas dengan perhatian yang diberikan Bank Muamalat Ponorogo kepada Nasabah				
5.	Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Ponorogo sudah sesuai dengan yang nasabah harapkan				
6.	Nasabah merasa puas dengan sikap dan perilaku karyawan Bank Muamalat Ponorogo				



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Qorry Carissa
2. Tempat & Tgl. Lahir : Ponorogo, 8 Mei 2001
3. Alamat Rumah : Ds. Nampan Kec. Sukorejo Kab. ponorogo
4. HP : 035784969215
5. E-mail : qorrycarissa@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TA Bakti IV (2006 – 2007)
2. SD Negeri Golan (2007 – 2013)
3. SMP Negeri 2 Kauman (2013 – 2016)
4. SMA Negeri 1 Kauman (2016 – 2019)
5. IAIN Ponorogo (2019 – sekarang)



Qorry Carissa-2

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

26%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	15%
2	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	4%
3	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	1%
6	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1%
7	Lujzaini Achmad, Dewi Andriani. "Effects of Stress, Conflict and the Work Environment Against the Employee Morale PT. HSKU Sidoarjo", Indonesian Journal of Law and Economics Review, 2020 Publication	1%



8	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
9	123dok.com Internet Source	<1 %
10	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
12	files.osf.io Internet Source	<1 %
13	Submitted to Universitas Slamet Riyadi Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
15	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
17	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
18	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
19	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %

20	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
21	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	<1 %
22	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Student Paper	<1 %
24	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
25	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
26	Wiyanto Wiyanto. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tinggi dan Rendah Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2016 Publication	<1 %
27	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
28	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
29	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %

30	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
31	journal.stimykpn.ac.id Internet Source	<1 %
32	Submitted to unars Student Paper	<1 %
33	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
34	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
35	fe.ummetro.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
37	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	<1 %
38	Ellen Betha Chindo, Tri Joko Prasetyo, Harsono Edwin Puspita. "The Correlation Analysis of Bank Soundness Levels toward The Disclosure of Islamic Commercial Banks' Ethical Identity", JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI), 2022 Publication	<1 %

39	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
40	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
41	Submitted to Universitas Pakuan Student Paper	<1 %
42	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
44	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
45	vivisasnitaa.blogspot.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes ☐ OnExclude bibliography ☐ OnExclude matches ☐ < 15 words