

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN DAN PENERAPAN
NILAI-NILAI ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT
AL HIJRAH KAN JABUNG SYARIAH JATIM**

SKRIPSI



**Oleh :
Wardatul Islamiyah
NIM: 20191930731011**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2023**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN DAN PENERAPAN
NILAI-NILAI ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT
AL-HIJRAH KAN JABUNG SYARIAH JATIM**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program studi Perbankan Syariah

Oleh :
Wardatul Islamiyah
NIM 20191930731011

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2023**

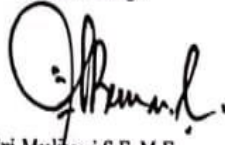
Persetujuan Pembimbing Skripsi
PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN DAN PENERAPAN
NILAI-NILAI ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT
AL-HIJRAH KAN JABUNG SYARIAH JATIM

Disusun Oleh :
Wardatul Islamiyah
NIM 20191930731011

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi

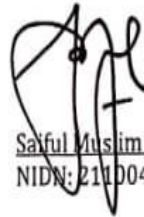
Malang, 25 juli 2022

Pembimbing I



Sri Muliyani S.E., M.E.
NIDN: 2106098503

Pembimbing II



Saiful Muslim S.E., M.M.
NIDN: 2110048005

Mengetahui



Pengesahan Penguji Skripsi
PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN DAN PENERAPAN
NILAI-NILAI ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT
AL-HIJRAH KAN JABUNG SYARIAH JATIM

SKRIPSI

Disusun oleh:
Wardatul Islamiyah
NIM. 20191930731011

Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
dan dinyatakan **lulus** dalam ujian Sarjana
pada Hari Selasa Tanggal 25 Juli 2023

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Dr. M. Sholihun, S.Pd.I., M.M.
NIDN: 0717087804

Penguji II



Meyla Nur Vita Sari, M.Ak.
NIDN: 2115058909

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



PERNYATAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wardatul Islamiyah
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam
Fakultas : Perbankan Syariah
NIM : 20191930731011

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

"PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN DAN PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT AL HIJRAH KAN JABUNG SYARIAH JATIM" adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya peneliti dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan peneliti tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi di atas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 25 Juli 2023

Melampirkan tanda tangan dan stempel
Materai pernyataan

Wardatul Islamiyah
NIM. 20191930731011

MOTTO

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ ۚ هُدًى لَّا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ

وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ

“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”- QS Al Baqarah 286

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sangat dalam atas segala nikmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini akan saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, hidayah, serta kesempatan kepada peneliti untuk terus belajar mengembangkan diri.
2. Kedua orang tua peneliti, Bapak Zakaria dan Ibu Syaadah yang selalu mencurahkan segala kasih sayangnya, motivasi, dukungan dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Dan tak pernah putus untuk mendoakan peneliti.
3. KH. Ali Muzaki selaku Pengasuh Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.
4. Untuk diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini melawan ego serta mood yang tidak menentu selama penelitian skripsi ini.
5. Untuk kakak dan adek peneliti, riki hidayatullah dan zahratul aulia yang telah mendukung saya.
6. Untuk seseorang yang memiliki NIM 20191930120022 yang selalu mensupport peneliti selama penelitian skripsi ini.
7. Dosen pembimbing peneliti, Ibu Sri Mulyani, S.E., M.E yang telah membimbing skripsi peneliti dari awal hingga akhir dengan penuh kesabaran.
8. Semua keluarga dan sahabat yang selalu memberikan semangat kepada peneliti, dan tidak pernah meninggalkan peneliti dalam kondisi apapun.
9. Seluruh keluarga besar IAI Sunan Kalijogo Malang atas segala bentuk kerjasamanya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karuniaNya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan tabi'in, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir. Semoga dengan selesainya penelitian skripsi ini membawa berkah dan manfaat untuk kemaslahatan bersama. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. KH. Ali Muzaki, selaku pengasuh Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.
2. Bapak H. Mohammad Yusuf Wijaya Lc., MM., Ph.D., selaku rektor Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Serta Wakil Rektor 1, Wakil Rektor 2, Dan Wakil Rektor 3
3. Ibu Sri Mulyani, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
4. Ibu Meyla Nur Vita Sari, M.Ak. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
5. Ibu Sri Mulyani, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih peneliti ucapkan atas segala bimbingan arahan, masukan motivasi dan kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa selalu memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Ibu.
6. Pihak BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim yang telah memberi kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data, memberi dukungan serta mengarahkan peneliti dalam proses pengambilan data.
7. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran untuk perbaikan skripsi ini.

Hanya ucapan terima kasih yang peneliti sampaikan, semoga amal kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang melimpah dari Allah swt dan harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Malang, 28 februari 2023

Wardatul islamiyah
NIM. 20191930731011

ABSTRAK

Islamiyah, Wardatul 2023. **Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim.** Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang (pembimbing Sri Mulyani S.E,M.E)

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim. Yang terdiri dari tiga rumusan masalah 1). Apakah Keunggulan Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim, 2). Apakah Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim, 3). Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh secara simultan antara keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik random sampling atau secara acak. dengan jumlah sampel sebanyak 99 nasabah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 17 For Windows. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel keunggulan produk tabungan memiliki t hitung sebesar 2,135 lebih besar dari t table yaitu 1,984 ($2,135 > 1,984$) dengan signifikansi 0.000. Artinya variabel keunggulan produk tabungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel penerapan nilai-nilai islami memiliki t hitung sebesar 3,244 lebih besar dari t tabel yaitu 1,984 ($3,244 > 1,984$) dengan signifikansi 0.002. Artinya variabel penerapan nilai-nilai islami berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari Hasil Uji F nilainya sebesar $8,534 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keunggulan produk tabungan dan penerapan nilai-nilai islami secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim. Adapun sumbangan prosentase determinasi (R^2) yang diberikan oleh variabel keunggulan produk tabungan dan penerapan nilai-nilai islami terhadap kepuasan nasabah memberikan kontribusi sebesar 72,9% sedangkan sisanya sebesar 27,1% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: keunggulan produk tabungan, nilai-nilai islami, dan kepuasan nasabah

ABSTRACT

Islamiyah, Wardatul 2023. *The Influence of Product Excellence and Implementation of Islamic Values on Customer Satisfaction at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java* (supervisor Sri Mulyani S.E,M.E)

This study analyzes the influence of product excellence and application of Islamic values on customer satisfaction of BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java. Which consists of three problem formulations 1). Does Product Excellence affect customer satisfaction at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java, 2). Does the Application of Islamic Values affect customer satisfaction at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java, 3). Which variable has the most dominant influence simultaneously between product superiority and the application of Islamic values to customer satisfaction at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java.

This research uses quantitative methods. The sampling technique used is random sampling technique or randomly. with a total sample of 99 customers. The data analysis technique in this study used multiple linear regression with the SPSS 17 For Windows application. The results of the t test show that the variable superiority of savings products has a t count of 2.135 which is greater than the t table of 1.984 ($2.135 > 1.984$) with a significance of 0.000. This means that the variable excellence of savings products has a significant positive effect on customer satisfaction. While the variable of the application of Islamic values has a t count of 3.244 which is greater than the t table, namely 1.984 ($3.244 > 1.984$) with a significance of 0.002. This means that the variable implementation of Islamic values has a significant positive effect on customer satisfaction. From the results of the F test the value is $8.534 > 3.09$ and a significance value of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that the superiority of savings products and the application of Islamic values simultaneously have a significant influence on customer satisfaction at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah East Java. The contribution of the percentage of determination (R^2) given by the variable superiority of savings products and the application of Islamic values to customer satisfaction contributed 72.9% while the remaining 27.1% was explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *excellence of savings products, Islamic values, and customer satisfaction*

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------------------------|
| COVER I | i |
| COVER II | ii |
| Persetujuan Pembimbing Skripsi | Error! Bookmark not defined. |
| Pengesahan Penguji Skripsi | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAN | Error! Bookmark not defined. |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan | 6 |
| 1.4 Manfaat | 7 |
| 1.5 Batasan Masalah | 7 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) | 9 |
| 2.1.1 Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) | 9 |
| 2.1.2 Fungsi dan Peran Bait al-Maal Wa at- Tamwil..... | 11 |
| 2.2 Keunggulan Produk Tabungan | 12 |
| 2.2.1 Pengertian Keunggulan Produk..... | 12 |
| 2.2.2 Pengertian Tabungan..... | 15 |
| 2.2.3 Prosedur Pengembangan Produk..... | 15 |
| 2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Produk..... | 19 |
| 2.3 Penerapan Nilai-Nilai Islami..... | 20 |
| 2.3.1 Pengertian Nilai Islam | 20 |
| 2.2.2 Nilai-Nilai Islami Didalam Perbankan Syariah..... | 21 |
| 2.2.3 Konsep Nilai-Nilai Islami Dalam Al-quran | 23 |
| 2.3 Kepuasan Nasabah..... | 26 |
| 2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah | 26 |
| 2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan | 28 |
| 2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah | 29 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.4 Tipe-Tipe Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan | 33 |
| 2.4 Hasil penelitian terdahulu | 35 |
| 2.5 Penjelasan Variabel dan Indikator | 38 |
| 2.6 Kerangka Konseptual | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 45 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian | 45 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian | 45 |
| 3.2.1 Populasi Penelitian | 45 |
| 3.2.2 Sampel Penelitian | 46 |
| 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian | 47 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 3.4.1 Observasi | 47 |
| 3.4.2 Metode Angket (kuesioner) | 48 |
| 3.5 Instrumen Penelitian | 48 |
| 3.6 Kisi-kisi Angket | 49 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 49 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 4.1 Gambaran Umum | 55 |
| 4.1.1 Sejarah BMT Al-Hijrah KAN Jabung syariah jatim | 55 |
| 4.1.2 Lokasi Penelitian | 55 |
| 4.1.3 Visi dan Misi KAN Jabung dan Baitul Maal Wattamwil Al-Hijrah | 56 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim | 57 |
| 4.1.5 Fungsi BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur | 62 |
| 4.1.6 Logo BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur | 63 |
| 4.1.7 Produk-Produk Tabungan di BMT Al-hijrah Jabung Syariah Jatim | 63 |
| 4.2 Deskripsi Responden | 64 |
| 4.3 Hasil Penelitian | 65 |
| 4.4 Pembahasan | 73 |
| BAB V PENUTUP | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 79 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 penelitian terdahulu | 35 |
| Tabel 3.1 kisi-kisi angket | 49 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 64 |
| Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan usia | 64 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas | 65 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas..... | 66 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 67 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi | 68 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi | 69 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi linier berganda | 69 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji-t..... | 70 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji-F..... | 72 |
| Tabel 4.11 hasil uji koefisien determinasi | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 kerangka konseptual..... | 41 |
| Gambar 2.2 kerangka hipotesis..... | 44 |
| Gambar 4.1 Struktur organisasi | 57 |
| Gambar 4.2 Logo Perusahaan | 63 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas..... | 67 |
| Gambar 4.4 Hasil uji Heterokedastisitas | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----------|
| Lampiran 1 Surat izin penelitian..... | 82 |
| lampiran 2 kuisisioner..... | 83 |
| lampiran 3 Jawaban Responden..... | 87 |
| lampiran 4 Hasil Uji Instrument..... | 88 |
| lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 90 |
| lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis | 91 |

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keunggulan produk merupakan salah satu faktor untuk penentu kepuasan nasabah karena pada masa sekarang semua sektor perbankan bersaing dengan pesat untuk menawarkan produknya masing-masing. Keunggulan produk bisa didapatkan dengan meningkatkan pelayanan atau nilai produk dan menemukan semua harapan pelanggan. beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah meliputi keunggulan produk, rasa percaya dan kualitas pelayanan. Keunggulan produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan dapat diartikan bahwa dengan produk jasa yang berkualitas, sehingga nasabah merasa puas ketika menggunakan jasa bank. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas produk saling berhubungan dan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.¹ Keunggulan produk akan tercapai melalui kualitas produk yang dimiliki oleh produk tersebut sehingga, keunggulan produk akan terbentuk dan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan dalam memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.²

Di era modern ini, persaingan bisnis semakin ketat dan berkembang pesat. Karena setiap bisnis ingin menjadi lebih baik dari para pesaingnya dengan memiliki perencanaan strategis yang baik untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan reputasi yang baik.³ Perbankan Islam atau yang sekarang disebut dengan nama

¹ Harka Pratikto, "Pengaruh Keunggulan Produk, Rasa Percaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat 'Kusuma Sumbing' Kantor Cabang Temanggung," *skripsi* (2019): 1-60.

² Nyoman Panji Prabawa Sunu and Gede Bayu Rahanatha, "Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Uniqlo," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, no. 3 (2021): 229.

³ Annes Munte, "Pengaruh Saluran Distribusi, Keunggulan Produk, Dan Persediaan Produk, Melalui Keputusan Pembelian Pada PT. Tasya Gasindo Medan," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 1 (2021): 109-122.

perbankan syariah adalah Sistem perbankan berdasarkan Syariah atau Hukum Islam. Sistem ini didasarkan pada larangan Islam untuk memungut atau meminjamkan riba; Larangan ini sebenarnya dimaksudkan untuk mengambil tindakan lain yang dapat dianggap ilegal. Oleh karena itu, di Indonesia setiap aktivitas perbankan yang dilakukan oleh bank syariah harus selalu berada pada jalur prinsip-prinsip syariah yang berdasarkan sumber-sumber hukum Islam.

Di era globalisasi saat ini, perbankan adalah bisnis yang dapat dipercaya dan bank harus dapat memberikan layanan yang aman kepada pelanggannya. Dalam industri perbankan, khususnya di Indonesia, kejayaan perbankan mulai terlihat seperti bulan baru di tahun 1980-an. Sebelumnya, masyarakat perbankan Indonesia pasif dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank. dukungan pemerintah untuk pertumbuhan yang berkelanjutan juga diperkuat.

Perkembangan perbankan syariah sudah terlihat sejak Bank Muamalat lahir atau berdiri pada tahun 1992. Bank Syariah Mandiri dan bank syariah lainnya menyusul. perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat setelah disahkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini mengatur terkait kepatuhan syariah (*syariah compliance*) yang kewenangannya berada pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang direpresentasikan melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang harus dibentuk pada masing-masing Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Hingga saat ini Bank-bank yang dulunya hanya berbasis konvensional mulai berlomba-lomba untuk menginofasi daya tarik Bank dengan menghadirkan produk-produk berbasis syariah.⁴ Selain itu, produk hanya akan berhasil jika perusahaan mampu menghasilkan produk unggulan. sebaliknya, perusahaan akan gagal mencapai tujuan

⁴ Nur Aina, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare)," *skripsi* (2021): 1-139.

usahanya karena produk yang dihasilkan kurang memiliki keunggulan dan tidak dapat bersaing di pasar. Akibatnya, produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran dalam suatu perusahaan.⁵

Perbankan syariah telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Sesuai dengan prinsip syariah, banyak produk perbankan syariah yang dapat membantu memperkuat dan membantu perekonomian.⁶ Dalam prinsip islam, kegiatan ekonomi tidak boleh dilepaskan dari asumsi keimanan kepada Allah SWT bahkan menjadi pengontrol bagi pelaku ekonomi. Dari sinilah perbankan syariah dikembangkan dan dibangun untuk meningkatkan taraf hidup manusia. Perbankan syariah diharapkan dapat menjadi solusi alternatif yang penting bagi perkembangan perekonomian nasional, khususnya bagi umat Islam.

Berbicara tentang produk perbankan syariah tidak akan bisa dipisah dengan nilai keislaman yang ada di bank syariah. Prinsip nilai islam memang harus selalu ditetapkan pada produk perbankan syariah agar tidak terjadi kesalahan terhadap ketentuan hukum serta fatwa yang berlaku pada lembaga keuangan syari'ah. nilai keislaman dapat diartikan sebagai keyakinan dan konsep yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah inti yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia maupun yang bersumber dari Alquran tanpa bertentangan dengan syariat. dalam praktek perbankan syariah penerapan nilai Islam harus dijalankan karena setiap akad harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan agar terciptanya kepuasan tersendiri bagi nasabah dan sebisa mungkin

⁵ Ni Nyoman Inten Kemara Putri, "Peran Citra Merek Memediasi Keunggulan Produk Dengan Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 10 (2018): 5539.

⁶ Nurhikma Khalisa Wisda, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Peningkatan Pelayanan Pada Bank BTN Syariah Parepare," *International Journal of Hypertension* 1, no. 1 (2020): 1-171.

menghindari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Serta akad syariah yang dibuat antara Bank syariah dan nasabah tidak boleh berisi ketentuan-ketentuan yang bertentangan dengan prinsip syariah. Dengan demikian, Setiap Operasi Bank Syariah di Indonesia sejalan dengan Prinsip-Prinsip-Prinsip Syariah. Sumber hukum Islam adalah prinsip dasar syariah. Sumber hukum islam tersebut yang berasal dari Al-Qur'an, Al-Hadist, ijma' (keepakatan para ulama), qiyas (penalaran secara analogis) dan ijtihad (penalaran hukum secara mandiri). Nilai-nilai Islam yang diterapkan pada perbankan syariah adalah *al-adl* (keadilan), *al-musawah* (persamaan), *ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran), *al-hurriyah* (kebebasan), *al-ridha* (kesiapan). Adalah *al-kitabah* (tertulis).⁷ Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama dalam penilaian kualitas layanan, yang mengevaluasi kinerja layanan yang diterima oleh pelanggan, dan secara langsung terlihat dalam produk.

Kepuasan nasabah ialah serangkaian program yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Untuk mencapai keunggulan bersaing dengan perbankan syariah yang lainnya Bank Syariah Indonesia menjadikan pemimpin pasar sebagai tujuan dalam mencapai kepuasan nasabah. Nasabah yang puas dalam pelayanan dapat memberikan profit yang lebih besar bagi perusahaan serta menumbuhkan *revenue* dengan cara menawarkan produk lainnya (*cross selling*) yang bertujuan untuk meningkatkan frekuensi dan volume transaksi nasabah. Oleh karena itu, Sistem mutu harus direncanakan, diatur, dilaksanakan, dan dikendalikan oleh setiap perusahaan jasa agar pelanggan dapat terpuaskan.⁸

⁷ Guffron Abdul Azis, "Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah , Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik," *Journal of Sharia Economics* 2 (2020): 93–108.

⁸ M. Solichin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh," *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 8 (2019): 38–47.

Kepuasan nasabah bank syariah tidak terlepas dari kualitas pelayanan dan produk yang diberikan bank syariah kepada para pelanggannya. Akan tetapi yang membedakan bank syariah tersebut terdapat pada keunggulan produk yang mereka miliki. Bagi banyak perusahaan, keberhasilan produk baru sangat penting. Hal ini menjadi bahan perbincangan karena keunggulan produk, terlepas dari barang atau jasa, adalah bagaimana sebuah perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan persaingan dalam suatu industri.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, kepuasan nasabah merupakan hal terpenting yang tidak boleh diabaikan, dan kepuasan nasabah merupakan aspek strategis untuk memenangkan persaingan guna mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.⁹ Seperti hasil penelitian Miming¹⁰ menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI KCP Ponorogo. penelitian Novita¹¹ menunjukkan bahwa Nilai Islam merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yang menginvestasikan uangnya di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dibandingkan dengan faktor seperti Keunggulan Wadi'ah.

Keunggulan produk sangat penting didalam dunia perbankan dimana bank bersaing pesat untuk menaikkan suatu keunggulan produk semakin meningkatnya suatu keunggulan produk maka nasabah pun merasa puas. Dan penerapan nilai-nilai islami harus diterapkan didalam bank syariah sebagai pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional.

⁹ Aina, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare)." *skripsi* (2021): 1-139.

¹⁰ Miming Okta Nur Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorgo S K R I P S I," *Skripsi* (2018): 1-82.

¹¹ Novita sari, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'Ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (2020): 130.

BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim merupakan satu-satunya BMT yang ada di daerah jabung dan memiliki banyak produk tabungan seperti, tabungan assakinah, tabungan annajah, tabungan arrafah, tabungan attarbiyah, tabungan hari engtua, tabungan wadiah, tabungan kurban bersama, tabungan haflah, dan tabungan mudhorobah berjangka/deposito. dan koperasi yang memiliki audit sertifikat ISO. Dan BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim mampu memperluas pasar dengan membuka 3 kantor kas secara bertahap. Dimulai dengan pendirian Kantor Kas Dengkol-Singosari, Kantor Kas Wates dan Kantor Cabang Sumenep.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah keunggulan produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim?
2. Apakah Penerapan Nilai-Nilai Islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim?
3. Apakah terdapat pengaruh keunggulan produk tabungan dan penerapan nilai-nilai islami terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh keunggulan produk tabungan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al hijrah KAN jabung jatim
2. Untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh penerapan nilai-nilai Islami terhadap kepuasan nasabah di BMT Al hijrah KAN jabung jatim
3. Untuk mengetahui faktor mana yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al hijrah KAN jabung jatim

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini perkembangan ekonomi syariah, perbankan syariah dan tingkat kepuasan nasabah diharapkan dapat digunakan di BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim Serta peneliti dapat mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

2. Bagi Pihak Akademisi

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk lebih memahami sektor perbankan dalam syariah, khususnya terkait dengan pengaruh penerapan Nilai-Nilai Syariah dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah bank. Ini juga dapat digunakan sebagai sumber inspirasi untuk penelitian lebih lanjut tentang subjek tersebut.

3. Bagi perbankan syariah

Hasil penelitian dimaksudkan untuk digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi dampak Nilai-Nilai Islami terhadap kepuasan nasabah, khususnya terkait dengan BMT Al Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim.

1.5 Batasan Masalah

Adapun pembahasan sesuai dengan hal yang menjadi focus pengembangan maka batasan pembahasannya mencakup :

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh keunggulan produk tabungan dan penerapan nilai-nilai islami terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim.
2. Peneliti mengambil sampel penelitian pada anggota tabungan di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim.

3. Variabel keunggulan produk dalam penelitian ini menggunakan pendapat Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dijual, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, termasuk hal-hal seperti tempat, orang, layanan, konsep, organisasi, dan lain-lain.
4. Variabel penerapan nilai-nilai islam dalam penelitian ini menggunakan teori dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai berarti sifat-sifat atau hal-hal yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.
5. Variabel kepuasan nasabah dalam penelitian ini menggunakan pendapat kotler dan keller yang menyebutkan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

2.1.1 Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih fokus pada perolehan dan penyaluran dana nirlaba, seperti zakat, infak dan sedekah. Selain itu, Baitul Tamwil merupakan upaya menghimpun dan mengalokasikan modal usaha. BMT, sebuah lembaga yang fokus mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil, menganggap bisnis ini sebagai bagian integral dari organisasinya.¹²

Baitul Maal Wat Tamwil adalah suatu institusi atau lembaga keuangan syariah yang usaha pokoknya menghimpun dana dari pihak ketiga (anggota penyimpan) dan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan. Sumber dana Baitul Tamwil berasal dari simpanan masyarakat (dana pihak ketiga) yang meliputi tabungan, simpanan berjangka, modal dan simpanan lainnya dan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.¹³

Dalam menjalankan usahanya BMT menggunakan tiga prinsip:

a. Prinsip bagi hasil

Dalam prinsip bagi hasil ini terjadi bagi hasil antara BMT dengan nasabah.

¹² Khairi Amratul Mona, "Peran Baitul Mal Wat Tamwil (Bmt) Taman Indah Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar," *UIN Ar-Raniry* (2016): 1-23.

¹³ Riska Mutmaina, *Pengaruh Produk Pembiayaan Baitul Mat Wa Tamwil (Bmt) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Nasabah Di Kota Makassar (Studi Kasus Bmt Multi Jasa Sejahtera Makassar)*, 2019.

b. Sistem jual beli

Sistem ini merupakan suatu tata cara jual beli dimana dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembelian barang atas nama BMT dan kemudian bertindak sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya tersebut dengan ditambah *mark-up*. Keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana.

c. Sistem *non-profit*.

Sistem ini merupakan pembiayaan kebajikan atau qardhul hasan. Dengan system ini nasabah hanya mengembalikan pokok pinjamannya saja.¹⁴

Beberapa latar belakang pembentukan dan cirri BMT dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Sebagian masyarakat dianggap tidak bankable, sehinggah sulit mendapatkan pendanaan, walaupun ada sumber dananya mahal
- b. Untuk pemberdayaan dan pembinaan usaha masyarakat muslim melalui masjid dan masyarakat sekitarnya.
- c. Berbadan hukum koperasi
- d. Bertujuan untuk menyediakan dana murah dan cepat guna pengembangan usaha bagi anggota.
- e. Prinsip dan mekanismenya hamper sama dengan perbankan syariah, hanya skala produk dan jumlah pembayarannya terbatas.¹⁵

¹⁴ M.M. Prof. Dr. Thamrin Abdullah, M.Pd., *Bank & Lembaga Keuangan*, 2018.

¹⁵ *Ibid*.

2.1.2 Fungsi dan Peran Bait al-Maal Wa at- Tamwil

BMT merupakan lembaga keuangan berbasis masyarakat yang menganut syariah. Beberapa fungsi BMT dapat dijabarkan sebagai berikut:¹⁶

- a. Meningkatkan dan mengembangkan ekonomi masyarakat khususnya masyarakat kecil.
- b. Meningkatkan produktivitas usaha dengan memberikan pembiayaan kepada para pengusaha kecil yang membutuhkan.
- c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha disamping meningkatkan kesempatan kerja dan meningkatkan penghasilan masyarakat.
- d. Mengarahkan perbaikan ekonomi masyarakat.
- e. Memobilisasi, mendorong dan mengembangkan potensi dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu BMT juga memiliki beberapa peranan, di antaranya adalah:¹⁷

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non Islam. Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islami. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang islami, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang dalam menimbang barang, jujur terhadap konsumen, dan sebagainya.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Siti Rofiah, "Analisis Efektivitas Pembiayaan Pada Baitul Maal Wat Tamwil Dalam Meningkatkan Produktivitas Petani (Studi Pada BMT As-Syafi'iyah KC Gisting)" 15, no. 2 (2016): 1-23.

- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah.
- c. Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat, birokrasi yang sederhana, dan lain sebagainya.
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan juga jenis pembiayaan yang dilakukan.

2.2 Keunggulan Produk Tabungan

2.2.1 Pengertian Keunggulan Produk

Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dijual, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, termasuk hal-hal seperti tempat, orang, layanan, konsep, organisasi, dan lain-lain.¹⁸ Produk adalah segala sesuatu yang dapat dilihat, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar tertentu. Produk harus dibeli, dibeli, dibeli atau dibeli secara gratis pada merek tersebut. Produsen produk

¹⁸ MM Dr. M. Anang Firmansyah, SE, "Buku Pemasaran Produk Dan Merek," *Buku Pemasaran Produk dan Merek*, no. August (2019): 336.

memilih berdasarkan preferensi pengguna agar produk berhasil di pasar.¹⁹ Sedangkan kualitas, Sulit bagi orang untuk Menentukan kualitas yang tepat. Kualitas seringkali merupakan ukuran kualitas relatif dari suatu produk atau layanan.²⁰

menurut Tjiptono, keunggulan produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²¹ Berdasarkan pengertian diatas maka keunggulan produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai.keunggulan Produk tersebut memiliki kelebihan atau keunggulan dibanding jajaran produk pesaing Gadai Emas (Rahn).²² Keunggulan produk didasarkan pada pengalaman nyata pelanggan dengan produk atau layanan; itu diukur terhadap persyaratan pelanggan, baik implisit maupun tersirat; Ini terjadi secara teknis atau subyektif. dan benar-benar menginternasionalkan di pasar yang kompetitif.²³ Menurut Cooper dan Kleinshmid menyatakan keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan produk, inovasi produk yang terus menerus, kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan,

¹⁹ mhd. Rizky Al Akbar, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota," *jurnal ekonomi islam* VII, no. 1 (2021): 97-109

²⁰ Pratikto, "Pengaruh Keunggulan Produk,Rasa Percaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat 'Kusuma Sumbing' Kantor Cabang Temanggung."

²¹ Novita sari, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'Ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah"

²² Nirliia Okta Wirda, "Pengaruh Promosi Dan Keunggulan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) Pada PT . Bank Aceh Syariah," *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 42 (2019): 7-16.

²³ Miming Okta Nur Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorgo" *skripsi* (2018): 1-82.

kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan pelanggan, kecanggihan produk dan desain produk itu sendiri.²⁴

Dalam konteks produk, kualitas produk mencakup jangkauan umum barang dan jasa serta cara melayani kepentingan pelanggan, sehingga layak memperdagangkan produk unggulan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan selalu menghargai kinerja produk, menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan semua fitur yang mendorong pelanggan untuk membeli.²⁵

Menurut Tjiptono, beberapa indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

- a) *Feature* (fitur) adalah produk yang spesifik dan berfungsi untuk meningkatkan fungsionalitas produk atau untuk meningkatkan minat konsumen terhadapnya.
- b) *Reliability* (Kehandalan) adalah kemungkinan bahwa produk akan berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu .
- c) *Aesthetics* (estetika), mengacu pada cara di mana penampilan, rasa, aroma, dan bentuk suatu produk dapat dirasakan.
- d) *Perceived quaility* (Kesan kualitas), Sering disebut sebagai hasil penggunaan tidak langsung yang timbul dari penggunaan pengetahuan atau produk yang diproduksi .

Hal ini dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran.

²⁴ M Wahab Khasbulloh, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Keunggulan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di CV. Pucuk Daun Lestari," *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2023): 170–189.

²⁵ Miming Okta Nur Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorgo" *skripsi* (2018): 1–82.

2.2.2 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan salah satu jenis dari produk Simpanan. Bagi bank, simpanan adalah sumber dana utama yang sejatinya ditahan untuk kepentingan transaksi. Bank-bank memiliki produk giro, deposito berjangka, dan tabungan. Pasal 1 angka 21 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁶

2.2.3 Prosedur Pengembangan Produk

Suatu produk harus memiliki keistimewaan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen jika ingin dicintai masyarakat. Memproduksi produk baru adalah cara untuk menjual produk. Perlindungan diperlukan untuk memastikan pengembangan produk baru efektif. Saat mengembangkan produk baru, Anda dapat melakukan beberapa hal, misalnya: ²⁷

1) Meningkatkan Gagasan Baru

Menambahkan ide-ide baru dengan mengumpulkan ide-ide baru secara sistematis melalui referensi publik yang tersedia, seperti Internet. Kemudian dilakukan riset terhadap aktivitas di industri tersebut, seperti mengamati kompetitor, memantau gaya hidup

²⁶ "Pasal 1 Angka 21 Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," n.d.

²⁷ Nadia Ayu Paramitha, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakukang Makassar)," (2021): 173–180.

pelanggan, trend baru dan sistem manajemen terkini, yang biasanya diterapkan oleh manajemen pemasaran.

2) Penyeleksian Gagasan

Proses pengumpulan pemikiran ini juga sangat penting; Tujuannya adalah untuk menghasilkan ide-ide yang lebih praktis dan menguntungkan dengan memilih ide-ide terbaik dari seluruh spektrum ide. Dalam perbankan syariah, konsep ini dipilih berdasarkan produk yang diproduksi sebelumnya. Jika produk tersebut telah diperiksa dan hasilnya menunjukkan bahwa produk tersebut tidak dapat diproduksi lagi, maka produk tersebut akan dihentikan produksinya dan diganti dengan produk yang baru.

3) Pengembangan dan Pengujian Konsep Produk

Proses pengembangan dan pengembangan konsep produk dianggap sebagai solusi terbaik untuk semua kasus di mana suatu produk diperlukan untuk menyebarkan berita. Proses ini menggabungkan konsep-konsep yang dipilih menjadi sebuah konsep baru. Konsep produk tersebut kemudian diuji dengan cara mempertemukan sekelompok pelanggan untuk memberikan feedback, review dan saran terhadap produk yang akan dirilis. Metode seperti ini sering digunakan di perbankan syariah untuk melakukan pengujian di atas dengan menggunakan media tertulis seperti kuesioner yang berisi pertanyaan lengkap tentang konsep produk baru. Setelah itu kita bisa mengetahui apakah pembuatan produk itu mungkin atau hanya akan menimbulkan masalah di kemudian hari.

4) Strategi Pemasaran Produk

Mengembangkan kualitas produk, model, penjual, pangsa pasar, dan keuntungan yang diinginkan adalah semua elemen yang tercakup dalam strategi pemasaran ini. Selain itu, harga saat ini yang digunakan sebagai latar belakang produk baru juga diperhitungkan. Dalam hal keahlian perbankan syariah, langkah konstan adalah pengembangan strategi komunikasi yang efektif.

a) Analisa Bisnis

Analisis bisnis ini dilakukan dengan mengevaluasi atau meninjau strategi pemasaran yang digunakan, termasuk alternatif yang memungkinkan. Perbankan Syariah mengevaluasi strategi pemasaran ini untuk menentukan apakah strategi benar dan apakah maksimalisasi keuntungan sesuai; Secara umum, asosiasi ini bertanggung jawab atas promosi pengeluaran.

b) Pengembangan Produk

Prosedur diikuti untuk menganalisis bisnis atau mengamati produk sebelum produk dikembangkan. Foto Gambar atau dapat digunakan untuk pengembangan konsep produk. Proses ini berlangsung di industri perbankan syariah melalui pembuatan brosur atau pamflet dan melalui penyebaran konten melalui media seperti koran, majalah, iklan di televisi dan media lainnya.

c) Pengujian Pasar

Proses ini mengharuskan produk diluncurkan dan dipasarkan untuk mengetahui pendapatan atau tanggapan konsumen seperti apa, dan untuk digunakan sebagai bahan prediksi jika risiko muncul. Sebenarnya, proses pengujian pasar ini mirip dengan

proses pengembangan konsep: Bank syariah memantau dan mengevaluasi ide produk yang akan dijual, menentukan pembelian dan produksi, serta menentukan seberapa besar kebutuhan masyarakat terhadap produk tersebut.

d) Komersialisasi

Komersialisasi adalah langkah terakhir dalam proses pengembangan produk. Jika respon pelanggan positif, langkah ini terjadi selama pengembangan produk.

Menurut Tjiptono indikator dalam keunggulan produk meliputi;²⁸

- e) *Feature* (fitur) adalah produk yang spesifik dan berfungsi untuk meningkatkan fungsionalitas produk atau untuk meningkatkan minat konsumen terhadapnya.
- f) *Reliability* (Kehandalan) adalah kemungkinan bahwa produk akan berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu .
- g) *Aesthetics* (estetika), mengacu pada cara di mana penampilan, rasa, aroma, dan bentuk suatu produk dapat dirasakan.
- h) *Perceived quality* (Kesan kualitas), Sering disebut sebagai hasil penggunaan tidak langsung yang timbul dari penggunaan pengetahuan atau produk yang diproduksi .

Hal ini dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran.

²⁸ Novita sari, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'Ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah"

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Produk

Menurut Risky Nurhayati faktor-faktor tersebut antara lain :²⁹

1) Manusia

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat memengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Maka aspek manusia perlu mendapat perhatian yang cukup. Perhatian tersebut dengan mengadakan latihan-latihan, member motivasi, memberian jamsostek, kesejahteraan dan lain-lain.

2) Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produk dalam perusahaan dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Grup. Dalam hal ini pemimpin harus melakukan koordinasi yang baik antara function grup dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan.

3). Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produksinya. Misalnya: untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi, perbaikan produk yang rusak dan lain-lain.

4). Bahan Baku

²⁹ Ratih Agustina, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan," *Universitas Alauddin Makassar* (2021).

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan dokumen pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan.

5) Mesin dan Peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang kurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan, serta tingkat efisiensi yang rendah.

2.3 Penerapan Nilai-Nilai Islami

2.3.1 Pengertian Nilai Islam

Menurut Musrin mengemukakan bahwa nilai-nilai Islam merupakan himpunan akhlak yang membentuk kepribadian muslim yang unggul, seterusnya berupaya memberikan sumbangan kepada masyarakat, bekerjasama dan berusaha ke arah pembentukan diri, keluarga dan akidah.³⁰ Nilai-nilai Islam pada hakekatnya merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai berarti sifat-sifat atau hal-hal yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. nilai adalah segala

³⁰ Besse Alfira Anugrah, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar" (2018): 1-63.

sesuatu yang dipentingkan manusia sebagai subjek, menyangkut segala sesuatu yang baik atau buruk sebagai pandangan, atau maksud dari berbagai pengalaman dengan seleksi perilaku yang ketat.³¹ penerapan nilai-nilai Islami pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islami perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islami, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah.³²

Penerapan nilai islam yang merupakan wahyu ilahi secara universal berusaha dengan segala aspek kehidupan manusia, termasuk aspek spiritual dan material. Islam merupakan agama yang luar biasa, dimana dikaruniai dengan prinsip dan kerangka ekonomi yang berfungsi sebagai paduan manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi. *Iqtishad* (ekonomi) dikenal dengan pengetahuan dengan memahami hukum yang mengatur terciptanya, pembagian, konsumsi kekayaan.³³

2.2.2 Nilai-Nilai Islami Didalam Perbankan Syariah

Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syari'ah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:³⁴

a) Prinsip Keadilan

Dengan sistem operasional yang berdasarkan "*profit and loss sharing system*", bank Islam memiliki kekuatan tersendiri yang

³¹ Maman Sulaeman, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Dan Komitmen Terhadap Etos Kerja Dan Dampaknya Kepada Kualitas Kerja Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya" 1 (2018): 1-22.

³² Adzan Noor Bakri, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah," *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (2018): 1-13.

³³ Muhammad Assydik Fauzan, "Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar)" 2 (2022): 103-118.

³⁴ Muhammad, "Bank Sya'riah : Problem Dan Prospek Perkembangan Di Indonesia" (2005): 178.

berbeda dengan sistem konvensional. Apabila terjadi kerugian pada proyek yang didanai, maka kekayaan pemegang modal akan disita menjadi hak milik pemodal (Bank). Sementara dalam Bank Islam kelayakan usaha atau proyek yang akan didanai itu menjadi jaminannya, sehingga keuntungan dan kerugian ditanggung bersama. Konsep syaria'ah mengajarkan menanggung usaha secara bersama, baik dalam membagi keuntungan atau sebaliknya menanggung kerugian.

b) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank. Dengan sistem bagi hasil yang diterapkannya, bank syariah mensyaratkan adanya kemitraan nasabah harus *sharing the profit and the risk* secara bersama-sama.

c) Prinsip Ketentraman

Menurut falsafah Al-Qur'an, semua aktivitas yang dapat dilakukan oleh manusia patut dikerjakan untuk mendapatkan *falah* (ketentraman, kesejahteraan atau kebahagiaan), yaitu istilah yang dimaksudkan untuk mencapai kesempurnaan dunia dan akhirat. Tujuan dan aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam harus diselaraskan dengan tujuan akhir yaitu pada pencapaian *falah*.

d) Sesuai Prinsip keadilan

Dengan sistem bagi hasil, pihak pemberi modal dan peminjam menanggung bersama resiko laba ataupun rugi. Hal ini sesuai dengan prinsip keadilan.

e) Menciptakan Rasa Kebersamaan

Bank syariah menciptakan suasana kebersamaan antara pemilik modal dengan peminjam. Keduanya berusaha untuk menghadapi resiko secara adil.

f) Jaminan

Bank syariah menjadikan proyek yang sedang dikerjakan sebagai jaminan, sementara bank konvensional (dengan bunga) menjadikan kekayaan si peminjam sebagai jaminannya.

g) Persaingan Sehat

Persaingan di antara bank syariah tidak saling mematikan tetapi saling menghidupi. Bentuk persaingan antara bank syariah adalah berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain dalam memberikan porsi bagi hasil kepada nasabah. Sehingga mereka yang mampu membina peminjaman dengan baik akan berhasil. Dan kesempatan ini terbuka untuk semua bank syariah.

2.2.3 Konsep Nilai-Nilai Islami Dalam Al-quran

Penerapan nilai-nilai Islam adalah sikap moral, etika yang diajarkan dalam agama Islam, penting dan bermanfaat bagi manusia baik jasmani dan rohani serta tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dengan Allah SWT, tetapi juga antara manusia dengan manusia. baik manusia maupun alam. Nilai-Nilai yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits adalah Nilai-Nilai tersebut di atas. Penerapan standar tersebut sangat penting dalam

perbankan, terutama bagi karyawan. Berikut beberapa prinsip yang menjadi kunci dalam perbankan Syariah: ³⁵

1) Kecakapan Kerja Nilai

kecakapan kerja ini bertujuan untuk mencapai kinerja yang maksimal termasuk memperbaharui langkah kerja untuk mencapai kinerja yang terbaik dan unggul. Selain itu, karena Al-Qur'an menjadi fondasi yang kuat, keahlian seperti itu menjadi sangat penting terdapat di alquran pada surah Ali-Imran Ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ
وَكَثَرٌ هُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.”³⁶

2) Bekerja Sama

Bekerja Sama, juga dikenal sebagai "Teamwork", adalah sekelompok individu yang bekerja bersama untuk menyelesaikan tugas bersama untuk mencapai tujuan tertentu. Kelompok individu ini bekerjasama untuk mengembangkan organisasi sesuai dengan bidangnya. Bekerja sama berarti berbuat baik dan saling menolong tanpa saling membantu berbuat dosa atau jahat. Perihal diatas telah dijelaskan secara jelas dalam potongan ayat Al-Qur'an surah Al-Maidah Ayat 2 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ

³⁵ Aina, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare)."

³⁶ "Al-Qur'an Surah Ali-Imran Ayat 110," n.d.

وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ
 الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
 الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaanNya.”³⁷

3) Nilai Kemanusiaan

Nilai-nilai kemanusiaan menuntut seorang anggota atau anggota staf untuk menunjukkan nilai-nilai kepedulian atau kemanusiaan kepada orang lain dan mengabdikan diri kepada Allah baik dalam ibadah maupun Muamalah untuk membuat hidup damai dan di hendaki Allah. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Qashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
 وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
 الْمُفْسِدِينَ

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”³⁸

4) Kejujuran

Kejujuran berarti bagi suatu perusahaan bahwa ia adalah suatu perusahaan, demikian juga bagi seluruh karyawan yang dapat mentaati kode etik perusahaan. Dengan sikap jujur dari setiap orang yang terlibat dalam operasi, meskipun mungkin ada banyak risiko di masa depan,

³⁷ “Al-Qur’an Surah Al-Maidah Ayat 2,” n.d.

³⁸ “Al-Qur’an Surah Al-Qashash Ayat 77,” n.d.

operasi akan tetap berjalan lancar dan mempererat hubungan kerja sama yang menguntungkan. Aspek kejujuran ini juga telah dijelaskan oleh Allah swt dalam firmanNya yaitu Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٱلآ تَعْدِلُوا ٱعْدِلُوا ٱهُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

“ Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”.³⁹

5) Memperhatikan Pelanggan/ Nasabah (*Tafdhiluhu Al"umala*)

Karyawan berorientasi pada pelanggan atau klien dan menjaga pelanggan atau klien sejalan dengan kode etik dan syariah perusahaan. Organisasi, bank, organisasi terdekat, dianggap teman baik dan orang kepercayaan.⁴⁰

2.3 Kepuasan Nasabah

2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank yaitu menciptakan kepuasan pelanggan. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena perbandingan kinerja yang diperoleh produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal, akan memengaruhi ekspektasi pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai

³⁹ "Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 8," n.d.

⁴⁰ Nadia Ayu Paramitha, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakukang Makassar)," *Pesquisa Veterinaria Brasileira* 26, no. 2 (2021): 173-180.

dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.⁴¹

Menurut Brown dalam buku Sudaryono bahwa kepuasan konsumen/nasabah adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan atau pelayanan dari produk dan jasa.⁴²Kepuasan pelanggan adalah isu yang sangat penting untuk menjaga stabilitas bisnis yang dioperasikan, karena loyalitas pelanggan meningkat ketika mereka puas menggunakan produk dan layanan. perusahaan memperhatikan kepuasan pelanggan. Artinya, perusahaan akan lebih berkembang karena karyawan perusahaan menjalankan fungsi pelayanannya dengan baik. Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima selama ini ditentukan dengan membandingkan persepsi dan harapan mereka.⁴³

menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁴⁴ Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika, kinerja berada dibawah ekspektasi maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan loyalitas pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

⁴¹ Miming Okta Nur Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorgo" *skripsi* (2018): 1–82.

⁴² Dr. Sudaryono, "Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi," *buku* (2016).

⁴³ Pratikto, "Pengaruh Keunggulan Produk,Rasa Percaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat 'Kusuma Sumbing' Kantor Cabang Temanggung."

⁴⁴ Ibid.

Tse dan Wilton dalam Tjiptono dan Chandra kepuasan nasabah merupakan respons yang diberikan konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (standar kinerja tertentu) dengan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah respons yang diberikan oleh nasabah setelah melakukan perbandingan terhadap pelayanan yang telah diterima dengan ekspektasi sebelum menerima pelayanan di suatu bank.⁴⁵

Menurut Tjiptono Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus melakukan empat hal, yaitu:⁴⁶

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan akan kualitas.
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Pengukuran

2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Berdasarkan studi literature dan pengalaman menjadi konsultan berbagai perusahaan di Indonesia, menurut Irawan berpendapat ada 5 (lima) driver utama kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁵ Zainatun Mastura, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)," *skripsi* (2018): 1-13.

⁴⁶ Nurfadillah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm) Cabang Ratulangi," *BMC Public Health* 5, no. 1 (2017): 1-8.

⁴⁷ Hengki. Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan," *Sekolah Tinggi Teologia Jaffray*, no. August (2020): 8-10.

- a) Kualitas produk adalah konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk atau itu dapat memenuhi kebutuhannya.
- b) Kualitas pelayanan adalah konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. osional adalah konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merk yang mahal.
- c) Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- d) Faktor emosional mempunyai peranan dalam kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.
- e) Kemudahan Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.

2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, setidaknya ada tiga cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

- a) Sistem keluhan dan Saran

Semua organisasi bisnis fokus pada pendapat, saran atau kritik pelanggan atau konsumen tentang produk atau layanan mereka. Salah satu cara untuk menyampaikan kesan ini adalah dengan bentuk kotak suara kecil atau biasa disebut kotak saran yang mudah di jangkau oleh konsumen atau pelanggan,

biasanya dalam bentuk tulisan langsung atau bisa juga dikirim melalui pos dan ditujukan pada suatu organisasi bisnis.

Endar Sugiarto dalam Arif keluhan nasabah dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu:⁴⁸

1. *Mechanical complaint* (keluhan mekanikal) *Mechanical complaint* adalah keluhan yang disampaikan oleh nasabah apabila peralatan atau produk yang dibeli tidak dapat berfungsi. Misalnya kartu ATM yang tidak dapat digunakan akibat customer service yang lupa mengaktifkan kartu ATM tersebut atau kerusakan ataupun kemacetan mesin ATM, kesalahan memasukkan nomor pin ATM sehingga kartu ATM diblokir.
2. *Attitudinal complaint* (keluhan sikap) *Attitudinal complaint* adalah keluhan yang muncul akibat dari sikap karyawan atau petugas yang tidak baik dalam melayani nasabah. Hal ini biasanya dirasakan oleh nasabah melalui sikap tidak peduli yang ditunjukkan oleh karyawan atau petugas pelayanan bank syariah.
3. *Service related complaint* (keluhan yang terkait dengan pelayanan) *Service related complaint* adalah keluhan yang muncul di bagian pelayanan seperti antrian teller yang lama sehingga menghabiskan waktu nasabah atau kurangnya kursi tunggu yang disediakan sehingga nasabah harus berdiri untuk menunggu antrian, habisnya brosur, formulir atau slip transaksi pada saat nasabah memerlukannya.
4. *Unusual complaint* (keluhan yang tidak biasa) *Unusual complaint* dapat disebut juga sebagai keluhan yang tidak biasa. Karena, keluhan ini tidaklah wajar sebab tidak ada hubungannya dengan masalah pelayanan suatu bank syariah. Misalnya ada nasabah yang menelepon

⁴⁸ Mastura, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)."

call center bukan untuk mengeluh atas pelayanan bank tersebut tetapi nasabah bercerita tentang masalah lain.

b) *Ghost Shopping*

Ghost shopping ini digunakan oleh beberapa perusahaan atau organisasi bisnis ini menugaskan beberapa karyawannya untuk bertindak selaku pelanggan atau konsumen perusahaan yang dianggap menjadi pesaingnya. Kemudian setelah menjadi konsumen di perusahaan pesaing, karyawan tersebut memberikan informasi terkait kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing berdasarkan pengalamannya saat bertugas sebagai pelanggan atau konsumen. Selain melihat kelebihan dan kekurangan produk perusahaan pesaing, *ghost shopping* juga biasanya melaporkan mengenai *service excellent* atau pelayanan prima terhadap konsumen, mencegah kritikan yang masuk dan terus memperbaiki produk berdasarkan saran atau masukan konsumen.

c) Survey Kepuasan Pelanggan atau Konsumen Kebanyakan

Kebanyakan perusahaan saat ini menggunakan metode survey untuk mengetahui sejauh mana anggapan dan kepuasan konsumen atau pelanggan. Berikut beberapa metode yang digunakan beberapa perusahaan pada saat melakukan survey kepuasan nasabah, antara lain:

- 1) Metode pertama adalah melakukan survey pengukuran kepuasan nasabah dengan cara langsung menanyakan beberapa pertanyaan seperti "Seberapa puasakah anda terhadap keunggulan produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia?" dalam skala : sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas.
- 2) Metode kedua adalah perusahaan memberikan pertanyaan kepada pelanggan atau konsumen terhadap harapan mereka akan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka dapat rasakan.

- 3) Metode selanjutnya adalah perusahaan menyediakan media untuk pelanggan atau konsumen untuk menuliskan beberapa masalah yang mungkin mereka hadapi berkaitan dengan penawaran akan sesuatu dari perusahaan serta menuliskan perbaikan yang mungkin tepat untuk masalah tersebut, biasanya dalam bentuk saran atau masukan.
- 4) Metode terakhir adalah perusahaan meminta konsumen atau pelanggan untuk meranking atau menilai berbagai komponen dari penawaran berdasarkan tingkat komponennya dan seberapa baik kinerja suatu perusahaan dalam komponen-komponen yang ada.

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator Tjiptono yakni⁴⁹:

1. Kesesuaian Harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat Berkunjung Kembali Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

⁴⁹ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 2019.

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
3. Kesiapan Merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

2.3.4 Tipe-Tipe Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan

Walaupun pelanggan merasa puas terhadap keunggulan produk barang dan jasa serta pelayanan di atas, tetapi tidak menutup kemungkinan tingkatan kepuasan pelanggan tersebut berbeda-beda. Maka dari itu berikut penjabaran mengenai tipe-tipe pelanggan berdasarkan tingkat kepuasannya : ⁵⁰

1. Tipe *Opostles*, yaitu tipe pelanggan yang puas terhadap kebutuhan dan keinginannya melebihi ekspektasi yang di fikirkan, sehingga 67 pelanggan tersebut merasa akan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu

⁵⁰ Paramitha, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakukang Makassar)."

perusahaan dan akan terus menjadi pelanggan tetap di perusahaan tersebut. Kemudian selain menjadi pelanggan tetap, dia juga akan memberikan promosi kepada orang lain terhadap apa yang dia rasakan.

2. Tipe *Defectors*, yaitu tipe konsumen yang menganggap produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tidak memiliki daya tarik dan biasa saja (standar) biasa pelanggan tersebut berhenti membeli atau menggunakan produk tersebut.
3. Tipe *Terrorist*, yaitu tipe konsumen yang mengalami pengalaman buruk atau pemikiran negatif terhadap suatu perusahaan, sehingga memberikan efek berkepanjangan dengan menyebarkan rumor negatif tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Biasanya pelanggan ini mengatakan sisi negatif dan kekurangan serta keburukan produk yang ditawarkan suatu perusahaan serta tidak merekomendasikan orang lain untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.
4. Tipe *Hostages*, yaitu tipe pelanggan yang tidak puas akan produk yang ditawarkan suatu perusahaan tetapi di sisi lain dia tidak mampu melakukan pembelian produk di perusahaan lain, biasanya karena konsep pasar yang monopolistic atau berkaitan harga yang relatif lebih murah. Tipe pelanggan ini menerapkan sifat keterpaksaan menggunakan suatu barang atau jasa karena beberapa hal yang menjadi penyebab keputusannya tersebut.
5. Tipe *Mercenaries*, yaitu tipe konsumen yang merasa sangat puas namun tidak loyal akan produk tersebut. Biasanya pelanggan tersebut memiliki faktor lain seperti harga yang relative lebih mahal, susahny menjangkau produk tersebut, atau faktor lain

2.4 Hasil penelitian terdahulu

Tabel 2.1
penelitian terdahulu

| No | Nama, judul, tahun penelitian | Metode penelitian/ analisis | Tujuan penelitian | Hasil penelitian |
|----|--|----------------------------------|--|---|
| 1 | Miming okta nur aini, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Ponorgo, 2018 | Analisis Regresi Linear Berganda | 1. untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI KCP Syariah Ponorogo. 2. Untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI KCP Syariah Ponorogo. 3. Untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI KCP Syariah Ponorogo. | Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI KCP PONOROGO |
| 2 | Riski Aseandi, Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Cab. | Korelasi sederhana | Untuk mengetahui Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Syariah Cab. Meureudu Aceh. | Terdapat pengaruh yang signifikan brand image terhadap kepuasan nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Cab. Meureudu Aceh |

| | | | | |
|---|---|----------------------------------|---|--|
| | Meureudu Aceh, 2020 | | | |
| 3 | Nurhikmah khalisa wisda, Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Peningkatan Pelayanan Pada Bank Btn Syariah Parepare, 2021 | Kualitatif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk Mengetahui Nilai-nilai Islam yang dijadikan Standar Kinerja layanan PT. Bank BTN Syariah Parepare 2. Untuk Mengetahui Penerapan Nilai-nilai Islam dalam Peningkatan Pelayanan pada PT. Bank BTNSyariahParepare 3. Untuk Mengetahui Faktor-faktor apa yang mempengaruhi penerepan Nilai- nilai Islam Pada PT. Bank BTN Syariah Parepare | Nilai-nilai Islam yang dijadikan Standar Kinerja layanan dan penerapan nilai islam pada PT. Bank BTN Syariah Parepare yaitu: nilai keseimbangan, kebenaran, tanggung jawab. |
| 4 | Novita Sari, Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan <i>Wadi'ah</i> Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, 2020 | Analisis Regresi Linear Berganda | <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui apakah keunggulan produk tabungan <i>wadi'ah</i> berpengaruh pada kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri 2. Untuk mengetahui apakah penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri | Penerapan Nilai-Nilai Islami merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dibandingkan dengan variabel keunggulan produk <i>wadi'ah</i> . |
| 5 | Nadia Ayu Paramitha, Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah | Analisis Regresi Linear Berganda | 1. Untuk mengetahui keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakkukang. | Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan cukup signifikan antara variabel keunggulan produk (X1) dan penerapan nilai-nilai (X2) secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakukang. |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakukang Makassar), 2021 | | <p>2. Untuk mengetahui keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakkukang.</p> <p>3. Untuk mengetahui penerapan nilai-nilai islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panakkukang.</p> | |
|--|--|--|---|--|

2.5 Penjelasan Variabel dan Indikator

1. Keunggulan Produk (X_1)

- a. *Features* (fitur) merupakan spesifik produk yang dirancang untuk melengkapi fungsi produk atau menambah ketertarikan nasabah pada produk.
- b. *Reliability* (Kehandalan) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja secara memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- c. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- d. *Perceived quality* (Kesan kualitas), biasa dikatakan yaitu hasil pada pemakaian secara tidak langsung dilakukan yang disebabkan oleh kurang paham ataupun kekurangan informasi pada barang yang dihasilkan.⁵¹

2. Penerapan Nilai-Nilai Islami (X_2)

- a. Prinsip keadilan Dengan sistem operasional yang berdasarkan “*profit and loss sharing system*”, bank Islam memiliki kekuatan tersendiri yang berbeda dengan sistem konvensional. Apabila terjadi kerugian pada proyek yang didanai, maka kekayaan pemegang modal akan disita menjadi hak milik pemodal (Bank). Sementara dalam Bank Islam kelayakan usaha atau proyek yang akan didanai itu menjadi jaminannya, sehingga keuntungan dan kerugian ditanggung bersama. Konsep syari’ah mengajarkan menanggung usaha secara bersama, baik dalam membagi keuntungan atau sebaliknya menanggung kerugian.
- b. Prinsip kesederajatan Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada

⁵¹ Sari, Novita. “Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi ‘ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan.” *skripsi* (2020): 1-130.

kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank. Dengan sistem bagi hasil yang diterapkannya, bank syariah mensyaratkan adanya kemitraan nasabah harus *sharing the profit and the risk* secara bersama-sama.

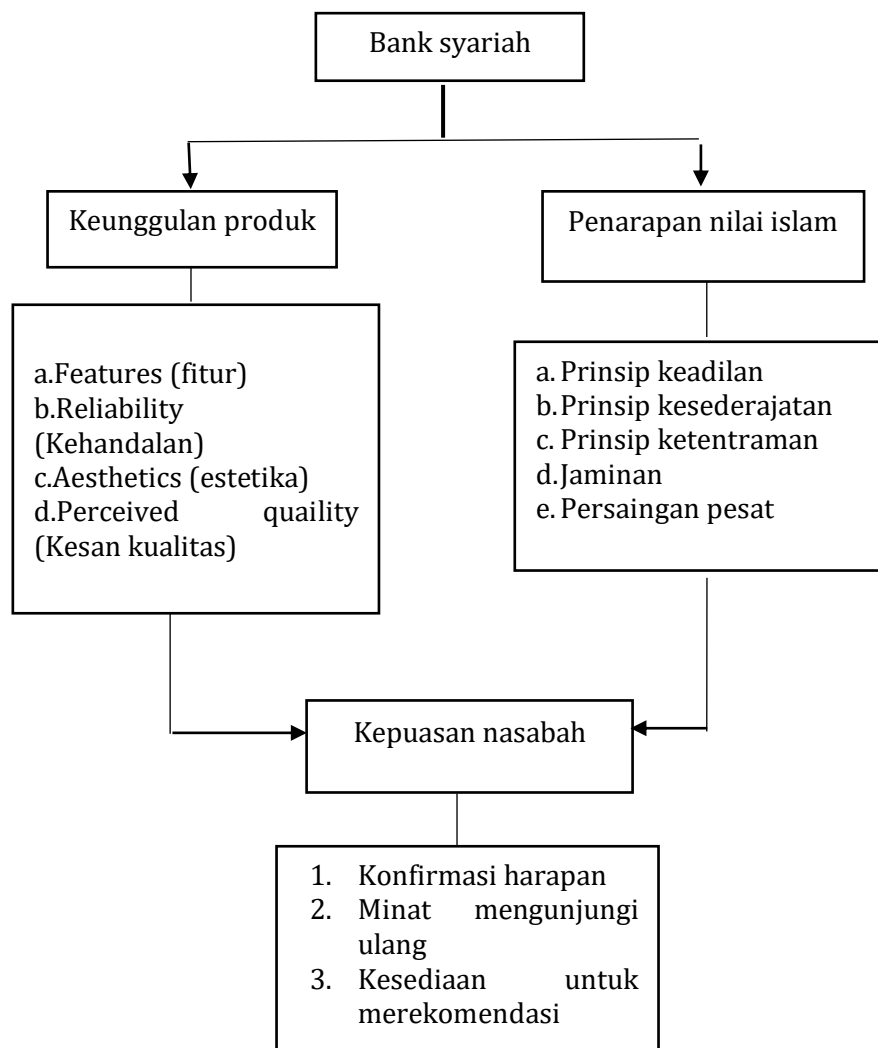
- c. Prinsip ketentraman Menurut falsafah Al-Qur'an, semua aktivitas yang dapat dilakukan oleh manusia p8atut dikerjakan untuk mendapatkan *falah* (ketentraman, kesejahteraan atau kebahagiaan), yaitu istilah yang dimaksudkan untuk mencapai kesempurnaan dunia dan akhirat. Tujuan dan aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam harus diselaraskan dengan tujuan akhir yaitu pada pencapaian *falah*.
- d. Jaminan merupakan Bank syariah menjadikan proyek yang sedang dikerjakan sebagai jaminan, sementara bank konvensional (dengan bunga) menjadikan kekayaan si peminjam sebagai jaminannya.
- e. persaingan sehat merupakan Persaingan di antara bank syariah tidak saling mematikan tetapi saling menghidupi. Bentuk persaingan antara bank syariah adalah berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain dalam memberikan porsi bagi hasil kepada nasabah. Sehingga mereka yang mampu membina peminjaman dengan baik akan berhasil. Dan kesempatan ini terbuka untuk semua bank syariah.⁵²

3. Kepuasan Nasabah (Y)

⁵² Nila Nadhiroh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2016).

1. Konfirmasi harapan dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah fasilitas yang diberikan bagi bank syariah apakah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank syariah.
2. Minat mengunjungi ulang Kepuasan nasabah diukur dengan meminta pada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan pada bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.
3. Kesiapan untuk merekomendasi Kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau sebagai nasabah pada bank syariah tersebut juga.⁵³

2.6 Kerangka Konseptual



⁵³ Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.2019

Gambar 2.1
kerangka konseptual

Dari skema diatas dapat dijelaskan bahwa variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah keunggulan produk tabungan (X1), nilai-nilai Islami (X2), akan memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab dari variabel dependen (terikat) adalah kepuasan nasabah (Y)

2.7 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Keunggulan produk tabungan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung syariah Jatim

Menurut Kotler adalah produk sebagai segala sesuatu yang dijual, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, termasuk hal-hal seperti tempat, orang, layanan, konsep, organisasi, dan lain-lain.⁵⁴ Menurut Tjiptono, keunggulan produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen .⁵⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh Nadhiroh⁵⁶ mengatakan bahwa keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bank syariah mampu menawarkan produk yang bermutu tinggi, produknya handal, memiliki beberapa variasi produk tabungan, citra yang baik dan pelayanan yang ramah, sopan dan jujur. Berdasarkan beberapa teori

⁵⁴ Dr. M. Anang Firmansyah, SE, "Buku Pemasar. Prod. Dan Merek."

⁵⁵ Novita sari, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'Ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah ..."

⁵⁶ Nadhiroh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung."

dan kerangka berfikir maka hipotesis dibawah ini merupakan jawaban sementara untuk di buktikan kebenarannya. Berikut ini hipotesis yang disusun dalam penelitian ini :

H1 = Keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung syariah Jatim.

2. Pengaruh penerapan nilai-nilai islami terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung syariah Jatim

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, nilai Islam atau nilai keislaman adalah Nilai keislaman merupakan bagian dari nilai material yang terwujud dalam kenyataan pengalaman rohani dan jasmani.⁵⁷ Menurut Milton Rokeach dan James nilai adalah suatu tipe kepercayaan yang berada dalam lingkup sistem kepercayaan dimana seseorang bertindak atau menghindari suatu tindakan atau mengenai sesuatu yang pantas atau tidak pantas dikerjakan. Nilai-nilai yang dimaksudkan adalah yang bersumber dari Al-Quran dan hadits serta nilai-nilai Islam ini sangat penting diterapkan oleh karyawan bank untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.⁵⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di paparkan oleh Husna⁵⁹ berpendapat berpendapat bahwa penerapan nilai-nilai Islam pegawai Bank Syariah merupakan contoh yang baik akan penerapannya. Dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai islam

⁵⁷ "Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI)," n.d.

⁵⁸ Novita sari, "Pengaruh Keunggulan Produk Tabungan Wadi'Ah Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah"

⁵⁹ Hania Husna, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank BNI Syariah Banda Aceh Terhadap Semangat Kerja Karyawan," 2018.

dalam metode operasional pegawai Bank Syariah telah mengarah fokus pada nasabah. Berdasarkan beberapa teori dan kerangka berfikir maka hipotesis dibawah ini merupakan jawaban sementara untuk di buktikan kebenarannya. Berikut ini hipotesis yang disusun dalam penelitian ini :

H2 = Penerapan nilai-nilai islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung syariah Jatim

3. Pengaruh keunggulan produk tabungan (X₁) dan penerapan nilai-nilai islami (X₂) secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung syariah Jatim

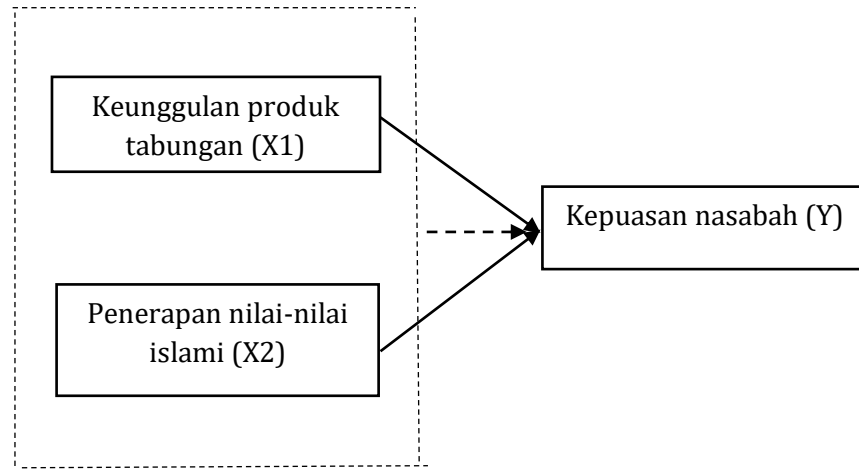
Penelitian yang sebelumnya yang membahas keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah paramitha dengan judul penelitian “pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam terhadap kepuasan nasabah bank syariah (studi pada bank syariah indonesia kantor cabang panakukang makassar)” menyatakan hasil bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁶⁰

Berdasarkan beberapa teori dan kerangka berfikir maka hipotesis dibawah ini merupakan jawaban sementara untuk di buktikan kebenarannya. Berikut ini hipotesis yang disusun dalam penelitian ini :

⁶⁰ Nadia Ayu Paramitha, “Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai- Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah,” *Universitas Alauddin Makassar*, 2021.

H3 = Keunggulan produk dan penerapan nilai-nilai islam secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah KAN Jabung syariah Jatim

Gambar 2.2
kerangka hipotesis



Keterangan :

Garis lurus —————> : uji parsial

Garis persial - - - - -> : uji simultan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim. Jika dilihat dari sifatnya, pendekatan kuantitatif deskriptif analisis, yaitu penelitian yang memaparkan data yang didapatkan di lapangan dan selanjutnya dilakukan analisis dengan pendekatan landasan teori yang ada sebagai pijakan dalam menganalisis tentang pengaruh keunggulan produk tabungan dan penerapan nilai-nilai islami terhadap kepuasan nasabah di BMT Al Hijrah Kan Jabung syariah JATIM baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan data yang dapat dihitung untuk mendapatkan hasil yang benar dan terpercaya.

Penelitian ini membutuhkan kecermatan, ketelitian, dan sikap kritis dalam mengumpulkan data dari responden. Untuk itu perlu diperjelas sumber datanya, yaitu populasi dan sampelnya. Karena data penelitian adalah nilai numerik yang memerlukan pemrosesan statistik, maka perlu untuk memperjelas hubungan antara variabel yang diteliti untuk menentukan pendekatan statistik sebagai pengolahan data dan membuat hasil analisis dapat diandalkan pada (reliabilitas dan validitas). Ini memudahkan untuk menggeneralisasi dan menggunakan rekomendasi yang dihasilkan sebagai referensi yang cukup akurat.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam

suatu penelitian.⁶¹ Populasi penelitian ini adalah nasabah BMT Alhijrah KAN Jabung Syariah Jatim sebanyak 10689 nasabah

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan suatu bagian yang ditarik dari populasi. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik simple random sampling atau secara acak. Teknik ini digunakan karena anggota setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampel yang dimaksud ditentukan melalui rumus Slovin serta derajat kesalahan 10% atau 0.01 yaitu:

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

Keterangan:

N = Jumlah anggota dalam suatu populasi

n = Jumlah sampel

e = Derajat penyimpangan yang ditoleransi 10%

Dengan rumusan diatas, bahwa bisa ditempatkan jumlah sampel seperti dibawah ini:

$$n = \frac{10689}{1 + 10689 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{10689}{1 + 10689(0.1)^2}$$

$$n = \frac{10689}{1 + 10689(0.01)}$$

$$n = \frac{10689}{1 + 106.89}$$

$$n = \frac{10689}{107.89}$$

$$n = 99,073$$

⁶¹ Hardani Ahyar, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.

$$n = 99$$

Dari pengukuran sampel diatas jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 99 nasabah.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah BMT Al-hijrah KAN jabung Syariah Jatim. Adapun waktu yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini selama 5 bulan mulai dari pengambilan data, olah data, sampai pada uji validitas data yang akan dilakukan untuk mengukur pengaruh dari setiap variabel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan selama 5 bulan februari-juni yaitu dari proses pengujian data yang berhubungan pada sumber dan cara perlu mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian yaitu:

3.4.1 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.⁶²Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dalam menggunakan metode observasi untuk pengumpulan data peneliti harus melakukan pengamatan langsung sekaligus pencatatan terhadap fenomena yang sedang dikumpulkan informasinya.

⁶² Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan."

Metode observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jatim..

3.4.2 Metode Angket (kuesioner)

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data serta mengisi pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan skala likert, (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju).⁶³ Kuesioner ini ditujukan kepada nasabah tabungan BMT Al hijrah Kan Jabung Syariah Jatim

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur dan mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, metode kuesioner digunakan sebagai metode survei dengan skala likert maka, responden memberikan jawaban sesuai pada alternatif yang disediakan. Alternatif yang disediakan yaitu :

- a. Sangat setuju (SS).
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak setuju (TS).
- e. Sangat tidak setuju (STS).

⁶³ Safira, "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Cabang Ratulangi Palopo)."

3.6 Kisi-kisi Angket

Tabel 3.1
kisi-kisi angket

| Variabel | Indikator | No. item | Jumlah |
|------------------------------|---|---|---------------------------------|
| Keunggulan produk tabungan | a.Features (fitur) b.Reliability (Kehandalan) c.Aesthetics (estetika) d.Perceived quality (Kesan kualitas) | a. 1, 2, 3 b. 4, 5, 6 c. 7, 8, 9 d. 10, 11, 12 | a. 3 b.3 c.3 d.3 |
| Penerapan nilai-nilai islami | a. Prinsip keadilan b. Prinsip kesederajatan c. Prinsip ketentraman d. Jaminan e. Persaingan pesat | a.13, 14 b.15, 16 c.17 d.18, 19 e. 20 | a.2 b.2 c.1 d.2 e.1 |
| Kepuasan nasabah | a.Konfirmasi harapan b.Minat mengunjungi ulang c.Kesediaan untuk merekomendasi | a.21, 22 b.23, 24 c.25,26 | a.2 b.2 c.2 |

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data ini dilakukan dengan cara menganalisa data yang telah didapatkan untuk mempelajari, menguji, dan membuktikan hal hal yang berkaitan dengan rumusan masalah. Peneliti harus pintar dalam melihat dan menganalisa data yang akan digunakan dalam proses penelitian.

1. uji instrumen

1) Uji Validitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu

mengukur apa yang harus diukur alat itu. Uji validitas kuesioner data dinyatakan valid apabila : $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁶⁴

2) Uji Reliabilitas

reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang telah dinyatakan valid.⁶⁵

Reabilitas merupakan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Oleh karena itu dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach diukur berdasar kan skala Alpha Chronbach 0-1. Suyutii dan Nugroho mengatakan bahwa kuisioner dikatakan reliable jika mempunyai nilai AlphasCronbach > dari 0,60.⁶⁶

2. uji asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan salah satu uji persyaratan analisis data dengan tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas data.

a) Jika sig. (Signifikansi) atau nilai probabilitas < 0,05, maka data berdistribusi tidak normal.

⁶⁴ Nirlia Okta Wirda, *Pengaruh Promosi Dan Keunggulan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram Nagan Raya, Skripsi*, vol. 14, 2021.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Sinky Adella, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BMT Al-Hijrah Bukittinggi)," *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 1 (2022): 163-173, 2019.

b) Jika sig. (Signifikansi) atau nilai probabilitas > 0,05, maka data berdistribusi normal

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas . salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur tanda-tanda multikolinieritas ialah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance-nya. Jika VIF < 10 (kurang dari 10) dan nilai tolerance-nya > 0,05 (lebih dari 0,1) artinya tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁷

4) Uji Autokorelasi

Istilah autokorelasi adalah korelasi di antara anggota dari observasi yang diurutkan berdasarkan waktu. Dalam kaitannya dengan asumsi metode kuadrat terkecil, autokorelasi merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan lain.⁶⁸

Uji Durbin Waston (DW) merupakan salah satu uji yang banyak dipakai untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi. Hampir semua

⁶⁷ Wendi Suhendry, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sangatta" IV, no. 2 (2018): 2442-8523.

⁶⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS, Cv. Wade Group*, 2016.

program statistik sudah menyediakan fasilitas untuk menghitung nilai d (yang menggambarkan koefisien DW).

a) Hipotesis

$H_0: \rho = 0$ (tidak ada autokorelasi)

$H_1: \rho \neq 0$ (ada autokorelasi)

b) Taraf nyata $\alpha = 0.05$

c) Statistik Uji

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang akan digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁶⁹ Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Keunggulan Produk tabungan

X_2 = Penerapan Nilai – Nilai Islami

e = Error of Term

⁶⁹ Zulqifli, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Asuransi Mandiri Bank Syariah Mandiri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Watampone) Zulqifli Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone St Habibah Sekolah Tinggi Agama Islam A," *jurnal ilmiah Al Tsarwah* (2019).

b. Uji - t (uji parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Adapun rumus yang digunakan menurut Sugiyono dalam menguji hipotesis dalam uji t adalah sebagai berikut:⁷⁰

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi

n = Banyaknya Sampel

t = Tingkat signifikan t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

Dilihat dari hasil t_{tabel} hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria uji sebagai berikut:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)

2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak diterima)

c. Uji - F (uji simultan)

Selain perlu menguji koefisien regresi secara individual signifikan, perlu juga diuji pengaruh secara keseluruhan koefisien regresi.

1) Jika F hitung \geq F tabel, yang berarti variabel independent secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependent.

⁷⁰ Bisma Indrawan, "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017," *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4, no. 1 (2020): 78-87.

2) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, yang berarti variabel independent secara keseluruhan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang besarnya merupakan kuadrat dari korelasi dan penggunaannya dinyatakan dalam persentase. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial digunakan koefisien determinasi. Nilai R^2 dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai R^2 berkisar antara 0 – 1. Jika determinasi totalnya (R^2) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika determinasi totalnya (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.