

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BNI SYARIAH CABANG  
PEMBANTU KECAMATAN SAPE KABUPATEN BIMA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**TITI HARDIANTI**

**105 250 194 14**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**1439 H / 2018 M**



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Titi Hardianti, NIM. 105 250 194 14 yang berjudul "Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah Kecamatan Sape Kabupaten BIMA" telah diujikan pada hari Senin 19 Ramadhan 1439 H/4 Juni 2018 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Ramadhan 1439 H  
4 Juni 2018 M

Dewan Penguji,

Ketua : Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D  
Sekertaris : Dr. Agussalim Harrang, S.E., M.M  
Anggota : Dr. H. Siradjuddin, S.E., M.Si  
: Hasanuddin, SE.Sy., M.E  
Pembimbing I : Dr. H. Siradjuddin, S.E., M.Si  
Pembimbing II : Dr. H. Syahrudin Yasen, SE.,MM



Disahkan Oleh :  
Dekan FAI Unismuh Makassar

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I  
NBM : 554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 III/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada : Hari / Tanggal : Senin, 4 Juni 2018 M / 19 Ramadhan 1439 H Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara

Nama : Titi Hardianti

NIM : 10525019414

Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah Cabang pembantu Kecamatan Sape Kabupaten BIMA

Dinyatakan : LULUS

Ketua

Drs. H. Mawardi Pewanqi, M.Pd.  
NIDN: 0931126249

Sekretaris

Dra. Mustahidah Usman, M.Si  
NIDN: 0917106101

Dewan Penguji :

1. Hurriah Ali Hasan, S.T.,ME.,Ph.D
2. Dr. Agus Salim Harrang, SE.,MM
3. Dr. H. Siradjuddin, SE.,M.Si
4. Hasanuddin, SE,Sy.,ME

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar



Drs. H. Mawardi Pewanqi, M.Pd.  
NBM : 554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
*Jl. Sultan Alauddin II/17 Fax Telp. (0411) - 851 914 Makassar*

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Titi Hardianti  
NIM : 105 25 0194 14  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agam Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya akan menyusun sendiri (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2 dan 3, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 14 Ramadhan 1439 H  
31 Mei 2018 M

Yang membuat pernyataan



Titi Hardianti

## ABSTRAK

**TITI HARDIANTI. 105 250 194 14. 2018.** *Pengaruh keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten BIMA.* Dibimbing oleh Dr. H. Sirajuddin, S.E., M.Si, dan Dr. H. Syahrudin Yasen, SE., MM

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten BIMA.

Penelitian ini berlangsung 2 bulan. Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket dengan jumlah sampel 90 orang dengan 3 variabel, yaitu 2 variabel bebas berupa keragaman produk dan kualitas pelayanan dan variabel terikat berupa kepuasan nasabah. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di Bank BNI Syariah cabang pembantu kecamatan sape, dengan menggunakan rumus slovin maka menghasilkan sampel sebanyak 90 sampel. Selanjutnya data yang diperoleh melalui instrumen tersebut kemudian diolah melalui aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga keragaman produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah .

**Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbilamin, puji dan syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran Allah Swt, serta salam dan shalawat tercurah kepada kekasih Allah, Nabiullah Muhammad Saw, para sahabat dan keluarganya serta ummat yang senantiasa istiqomah dijalan-Nya.

Tiada jalan tanpa perjuangan, tiada puncak tanpa tanjakan, Tiada kesuksesan tanpa perjuangan, dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi ini. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil.

Segala usaha dan upaya telah dilakukan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Namun, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi, penulis tidak pernah menyerah dan yakin ada Allah Swt yang selalu memberikan pertolongan bagi hamba-Nya yang bersungguh-sungguh.

Maka melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhtar dan Ibu Fatima yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberi dorongan moril maupun materi selama menempuh pendidikan. Semua itu tak lepas dari kasih sayang, jerih payah, cucuran keringat, dan doa-doa yang tiada putus-putusnya buat penulis.
2. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP, selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. H. Siradjuddin, S.E., M.Si dan Bapak Dr. H. Syahrudin Yasen, SE,MM selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta para Staf Administrasi Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya Fakultas Agama Islam yang telah banyak meluangkan ilmunya kepada kami.
7. Seluruh teman-teman di Fakultas Agama Islam khususnya di jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2014 B yang selalu setia bersama-sama dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun, Karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah-mudahan proposal ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri saya pribadi.

Akhirnya, kepada Allah Swt penulis memohon agar semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini senantiasa dalam lindungan-Nya. Amin.

Makassar, 4 Rabiul Awal 1439 H

23 November 2017 M

Penulis

TITI HARDIANTI



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>KARTU BERITA ACARA MUNAQASYAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori.....	11
1. Keragaman produk .....	11
2. Kualitas pelayanan .....	20
3. Kepuasan nasabah.....	25
4. Tinjauan islam.....	34
B. Kerangka Pikir.....	38
C. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	40

B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	40
C. Variabel penelitian.....	41
D. Populasi dan sampel.....	41
E. Definisi Operasional Variabel .....	42
F. Jenis Data dan Sumber Data .....	44
G. Teknik Pengumpulan Data .....	44
H. Metode Analisis Data .....	46

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran umum penelitian .....	50
1. Sejarah BNI Syariah .....	50
2. Visi misi.....	53
3. Lokasi .....	54
B. Hasil Penelitian .....	54
1. Deskriptif Responden.....	54
2. Uji Validitas .....	55
3. Uji Reliabilitas .....	57
4. Uji Asumsi Klasik .....	58
5. Uji Normalitas.....	59
6. Uji Multikolinearitas .....	60
7. Uji Regresi Linear Berganda .....	63
8. Uji t .....	64
9. Uji F .....	65
10. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
C. Pembahasan.....	68

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	69

#### **DAFTAR PUSTAKA.....**

LAMPIRAN .....	
RIWAYAT HIDUP .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin .....	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	56
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	57
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi .....	60
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.8 Uji t .....	64
Tabel 4.9 Uji F .....	65
Tabel 4. 10 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	59
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	62

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Industri jasa perbankan dan jasa keuangan, saat ini di hadapkan pada persaingan sangat tajam, kompleks dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Persaingan menjadi semakin ketat setelah bank asing turut memperebutkan nasabah pada pasar yang sama. Bank asing ini mempunyai kelebihan dalam hal nama besar yang mendunia, pilihan produk yang inovatif,serta jaringan global. Lembaga keuangan non bank yang beroperasi secara lebih khusus juga semakin banyak. Situasi ini menggambarkan betapa ketatnya persaingan untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas.

Hal ini sejalan dengan apa yang di nyatakan oleh lovelock (1991:7) bahwa sektor jasa merupakan sektor yang paling besar mengalami perubahan akibat dari cepatnya perubahan yang di alami oleh faktor lain, seperti perubahan teknologi yang secara langsung menaikan iklim kompetisi di dalam industri. Karena itu para pengelola perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dalam bentuk titipan dan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana.

Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupaun kerjasama usaha.

Perkembangan di indonesia juga mengembirakan. Perbankan syariah memasuki delapan tahun terakhir, pasca perubahan UU perbankan dengan UU No.10/1998 mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang amat pesat. Perkembangan yang pesat itu terutama tercatat sejak dikeluarkannya ketentuan bank indonesia yang memberi izin untuk pembukaan bank syariah yang baru maupun pendirian Unit Usaha Syariah (UUS). Meskipun indonesia terlambat dalam memulai praktek keuangan syariah dibandingkan malaysia, namun perlahan tapi pasti indonesia menunjukkan kinerja yang jauh lebih baik.<sup>1</sup>

Dari sisi pertumbuhan asset, bank syariah selama tahun 2004 tumbuh sekitar 84 persen dengan menembus angka Rp 14,1 triliun. Dari realitas ini, Bank Indonesia kemudian merevisi prediksi total asset bank syariah menjadi sekitar tujuh persen pada tahun 2011 dibanding perkiraan semula. Pertumbuhan fungsi intermediasi yang dijalankan banka syariah juga sangat mengembirakan pada tahun 2004. Rasio pembiayaan terhadap dana pihak ketiga (*financing to deposit ratio/FDR*) bank syariah 190,36 perrsen jauh lebih tinggi dibanding LDR bank konvesiaonal yang hanya 86,91 persen.

Hingga akhir 2005, jumlah bank umum syariah di tambah perbankan membuka unit syariah telah mencapai 22 bank dengan sekitar

---

<sup>1</sup> Mahmud nuhung, *Bank Syariah*, (fahmis pustaka 2014), hal.2-3

458 cabang, termasuk kantor kas. Ini belum di tambah sekitar 92 BPRS yang tersebar di seluruh indonesia . hingga desember 2005, rata-rata pertumbuhan aset bank syariah mencapai 70 persen. Total aset perbankan syariah telah mencapai Rp 20,88 triliun. Aspek pertumbuhan lain yang patut mendapatkan perhatian adalah financing to deposit (FDR), yang mencapai 168,22 persen. Hal ini juga berarti bank syariah berperan dalam menggerakkan sektor riil. Adapun market share perbankan syariah terhadap totalperbankan diindonesia dari total asset baru 1,46 persen, dana deposit 1,43 dan pembiayaan 2,22 persen.

Secara institusional, sampai dengan akhir tahun 2005 jumlah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah meningkat menjadi 3 bank umum syariah (BUS), 19 unit usaha syariah (UUS) dari bank umum konvensional dan 92 BPRS. Bank-bank inilah yang akan saling menjadi kompetitor inti. Menurut peraturan Bank Indonesia No.2/27/PBI/2000 tentang bank umum pasal 4, modal disetor tunai untuk bank umum baru harus sebesar Rp 3 triliun diluar setoran dalam bentuk lain. Ketentuan ini tentu memperkecil potensi pemain lokal baru yang akan masuk. Namun ancaman masuknya masih tetap harus di waspadai oleh para pemain lokal.

Terbukanya peluang pembukaan UUS juga memudahkan peluang masuknya pesaing baru dari bank konvensional. Dalam ketentuan Bank Indonesia memberikan waktu bagi bank konvensional yang hendak mengubah usahanya menjadi syariah untuk menyelesaikan hak dan

kewajibannya sebagai debitor maupun kreditor paling lama 360 hari. Hal tersebut telah diatur dalam surat edaran BI No.8/8/DPBs yang berlaku sejak 1 maret 2006. UUS juga banyak yang berkeinginan membuka office channelling, hal ini didorong oleh PBI No.8/3/PBI/2006 mengenai pembukaan kantor yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah oleh bank konvensional.sejumlah bank yang memiliki UUS, berencana mengoperasikan outlet dicabang konvensional diberbagai wilayah indonesia, menyusul keluarnya ketentuan office channelling dari bank indonesia tersebut. Aturan tersebut tentunya akan mendorong semakin tingginya tingkat persaingan dalam perebutan dana pihak ketiga dibank syariah.

Bank syariah diindonesia lahir sejak tahun 1992. Bank syariah pertama di indonesia adalah bank muamalat indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan bank muamalat di indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa bank muamalat indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa BMI satu-satunya bank syariah diIndonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah Bank syariah mandiri yang merupakan bank konvensional yang di

beli oleh bank dagang negara, kemudian dikonversi menjadi banksyariah mandiri, bank syariah kedua di indonesia.<sup>2</sup>.

Undang-undang perbankan syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).<sup>3</sup>

Sejak tanggal 16 juli 2008 berlakunya UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah. Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya diwajibkan berasaskan kepada demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Dengan berasaskan demokrasi ekonomi, maka kegiatan usaha perbankan syariah harus mengandung nilai-nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan dan kemanfaatan. Nilai-nilai harus diterapkan dalam pengaturan perbankan yang didasarkan pada prinsip syariah yang disebut perbankan syariah.<sup>4</sup>

Dengan lahirnya UU perbankan syariah, perkembangan bank syariah kedepan akan mempunyai peluang usaha yang lebih besar di Indonesia. Hal-hal yang membuka peluang besar pangsa perbankan syariah sesuai dengan UU tersebut adalah; *pertama*, bank umum syariah dan bank

---

<sup>2</sup> Ismail, MBA, *perbankan Syariah*, (jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)., hal.31

<sup>3</sup> *Ibid*, hal. 32-33

<sup>4</sup> Ongky Setio Kuncoro, "*Hukum Perbankan (Bagian IV) Bank Syariah.*"

pengkreditan rakyat tidak dapat dikonversi menjadi bank konvensional, sementara bank konvensional dapat dikonversi menjadi bank syariah (pasal 5 ayat 7) *kedua*, penggabungan (merger) atau peleburan (akuisisi) antara bank syariah dengan bank non-syariah wajib menjadi bank syariah (pasal 17 ayat 2) dan *ketiga*, bank konvensional yang memiliki Unit UUS harus melakukan pemisahan (*spin off*) apabila (Pasal 68 ayat 1): UUS mencapai aset paling sedikit 50% dari total nilai aset bank induknya atau 15 tahun sejak berlakunya UU Perbankan Syariah.<sup>5</sup>

Hal ini merupakan salah satu upaya pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai islam (syariah) dengan mengangkat prinsip-prinsipnya keadaan sistem ekonomi hukum nasional. Demikian pula dalam melaksanakan kegiatan usahanya perbankan syariah harus berpedoman kepada pengelola perbankan yang sehat, kuat, tangguh, dan kompetitif. Berbeda pada tujuan bank yang pada umumnya yang menekankan pada peningkatan pemerataan, pertumbuhan, ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, maka tujuan perbankan syariah diarahkan dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Pertumbuhan produk perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di negara republik indonesia, yang penduduknya mayoritas muslim, bahkan muslimnya terbesar didunia, jauh tertinggal bila dibandingkan di amerika yang penduduk muslimnya sangat kecil.

---

<sup>5</sup> Machmud Amir, Rukmana "Bank Syariah" (Erlangga: 2010 ), hal.75

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka pencipta produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus diciptakan disetiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat diperlukan nasabah yang baru atau dapat dipertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.<sup>6</sup>

Kepuasan merupakan tingkat dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan di harapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut yang menguntungkan perusahaan.<sup>7</sup>

Hal yang serupa bahwa kepuasan pelanggan menjadi suatu tuntutan pada perusahaan jasa. Pelanggan yang puas akan menjadi *marketing force* bagi perusahaan, artinya kepuasan pelanggan bisa memberikan dampak positif terhadap perusahaan melalui *word of mouth*.

---

<sup>6</sup> Kasmir, *pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005), hal. 136-137

<sup>7</sup> Bagus dwi setyawan, 2013.

Dampak dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Konsumen yang loyal belum mereka puas sebaliknya konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.<sup>8</sup>

Dalam praktik perbankan syariah harus dijalankan karena setiap akad (transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran diperbankan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin meneliti tentang keragaman produk dan kualitas pelayanan yang dimiliki bank BNI SYARIAH KANTOR CABANG SAPE-BIMA. Oleh karena itu peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“pengaruh keragaman produk dan**

---

<sup>8</sup> M. Syafi'i Antonio, *“Bank islam: teori dan praktik”*, (jakarta: Gema Insani Press 2000), hal.16

**kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Sape-Bima”**

**B. Rumusan masalah**

1. Apakah pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?

**C. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh keagaman produk terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

**D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini secara teoritis bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga kedua variabel tersebut harus diterapkan secara bersamaan guna tercapai tujuan yaitu kepuasan nasabah.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut. Dan untuk melatih kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah didapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

b. Bagi Bank BNI Syariah cabang Sape-BIMA

Temuan ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Bank BNI Syariah cabang Sape-BIMA dalam meningkatkan tingkat ketertarikan keagamaan produk terhadap nasabahnya, serta meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjalankan perusahaannya agar menjadi bank syariah yang menarik sehingga nasabahnya banyak yang berminat.

c. Bagi Nasabah

Dari hasil penelitian ini diharapkan kepada nasabah agar dapat menjadikan bank syariah sebagai tempat transaksi serta mengembangkan usaha yang baik dan sesuai dengan ajaran islam (Al-Quran dan As-sunah).

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **A. Keragaman produk**

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah suatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

Keragaman produk (*product variant*) dapat berbentuk tambahan dari suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subyektif oleh masing-masing individu dalam hal ini konsumen yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan pasar.

Produk yang mempunyai banyak fungsi dapat dikenakan harga yang tinggi daripada dengan satu fungsi. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan *feature* yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi

dasar produk. Upaya untuk yang menjadi yang pertama dalam memperkenalkan fitur baru yang dianggap berharga merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk bersaing.

Perencanaan produk harus memikirkan produk pada tiga tingkat. Tingkat paling dasar adalah produk inti. Produk inti terdiri dari jasa untuk memecahkan masalah atau manfaat ini yang dicari konsumen mereka yang membeli suatu produk. Jadi, ketika merancang produk, terlebih dahulu pemasar harus menetapkan manfaat yang diberikan produk bagi konsumen. Kemudian perencanaan produk harus menyusun produk yang aktual selain produk inti produk aktual mempunyai lima macam karakteristik, yaitu tingkat mutu, sifat, desain, nama merek, dan kemasan. Akhirnya, perencanaan produk harus menyusun produk tambahan selain produk ini dan produk aktual dengan menawarkan tambahan servis dan manfaat bagi konsumen.

### **1. Langkah-langkah Pengembangan Produk**

Produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Jadi setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Cara yang dilakukan itu memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut mulai pengembangan produk baru. Dalam rangka mengembangkan produk baru diperlukan langkah-langkah tertentu, sehingga hasil pengembangan tersebut benar-benar tepat sasaran.

Adapun langkah-langkah atau proses pengembangan produk baru adalah sebagai berikut :

a. Pembangkit gagasan

Pembangkit gagasan yaitu pencarian gagasan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti sumber dari intern, pelanggan, pesaing, pemerintah dan sumber-sumber lainnya.

b. Penyaringan gagasan

Penyaringan gagasan bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang terbaik dari sejumlah gagasan yang ada sehingga menghasilkan gagasan yang menguntungkan.

c. Pengembangan dan pengujian konsep

Hal ini penting dilakukan terhadap hasil penyaring gagasan. Pengujian konsep perlu dilakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang ditawarkan.

d. Strategi pemasaran

Strategi pemasarann meliputi pengembangan mutu ukuran, model, penjual, market share dan laba yang diinginkan, kemudian strategi pemasaran menyangkut pula tentang harga yang layak di masyarakat. Dari uraian tersebut strategi pemasaran perbankan daspat diketahui 19 apabila produk yang dikeluarkan itu layak, maka langkah sellanjutnya adalah membuat strategi pemasaran.

e. Analisis bisnis

Yaitu melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang akan dijalankan nantinya dengan membeli berbagai alternatif yang ada.

f. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan kelanjutan dari proses yang sudah dilalui. Pengembangan produk dapat berupa gambar, contoh sampai kepada uraian kata-kata.

g. Pengujian pasar

Dalam hal ini produk sudah dipasarkan untuk mengetahui respon pasar dan antisipasi terhadap permasalahan yang mungkin timbul. Tujuan pengujian pasar untuk menguji penerimaan pasar yang sesungguhnya. Pengujian pasar ini hamper sama dengan pengembangan konsep, bank menganalisa produk yang dipasarkan dan setelah dipasarkan maka dapat diketahui seberapa besar respon masyarakat terhadap produk tersebut.

h. Komersialisasi

Komersialisasi merupakan tahap akhir setelah pengujian positif mendapat respon positif maka produk tersebut akan dikembangkan.<sup>9</sup>

## 2. Produk-produk

Pada dasarnya produk yang ditawarkan perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yaitu :

### a. Penyaluran Dana (*financing*)

---

<sup>9</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 143-144

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

1) Prinsip jual beli

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan pembayaran dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut :

a) Pembiayaan Murabahah

*Murabahah* (al-bai' bi tsaman ajil) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja, *murabahah* yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual-beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual, sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

c) Pembiayaan istishna'

produk *Istishna'* menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (*terrmin*) pembayaran.

## 2) Prinsip sewa (*ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

## 3) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan *syirkah* yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut :

### a) Pembiayaan *musyarakah*

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah*). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak terwujud

### b) Pembiayaan *mudharabah*

Secara spesifik terdapat bentuk *musyarakah* yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu *mudharabah*. *Mudharabah* adalah

bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari shahib al-maal dan keahlian dari mudharib.

#### 4) Akad pelengkap

##### a) Hiwalah (Alih Utang-Piutang)

Tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berhutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berhutang.

##### b) Rahn (Gadai)

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

##### c) Qardh. Qardh adalah pinjaman uang

##### d) Wakalah (Perwakilan)

Wakalah merupakan aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan LC, inkaso dan transfer uang.

##### e) Kafalah (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadiah. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan.<sup>10</sup>

### **b. Produk penghimpun dana (*funding*)**

Penghimpun dana dibank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

#### 1) Prinsip wadi'ah

Prinsip wadiah yang diterapkan pada rekening giro. Wadia'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu dalam hal wadi'ah dhamanah, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga bank boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

#### 2) Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk

---

<sup>10</sup> A Karim Adiwarmam, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004)., hal. 97-107

melakukan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati.

a) Mudharabah mutlaqah

Dalam mudharabah mutlaqah (URIA= *unrestricted Investment account*), tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada bank, ke bisnis apa dana yang di simpannya itu hendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad tertentu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukan bagi nasabah tertentu.

b) Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah muqayyadah ini ada dua jenis, yaitu:

a. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

b. *Mudharabah muqayyadah off balance sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana *mudharabah* langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat

menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaku usaha).<sup>11</sup>

### **c. Produk Jasa (*Service*)**

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain:

#### 1) Sharf (Jual Beli valuta Asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengampil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

#### 2) Ijarah (sewa)

Jenis kegiatan ijarah antara lain penyewaan kotak simpanan (*save deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.<sup>12</sup>

## **1. Kualitas pelayanan**

### 1. Pengertian pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada

---

<sup>11</sup> Ibid., hal. 107-112

<sup>12</sup> Ibid, hal 112

pelanggan atau nasabah. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayan dari karyawan perusahaan. Hanya pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedarnya atau secara rinci. Namun ada juga produk bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM.

Seorang petugas bank diuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, seorang petugas harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk pengetahuannya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan dan produk yang ditawarkan.

## 2. Dasar-dasar pelayanan Nasabah

Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang petugas bank sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter

masing-masing nasabah beragam. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut adalah:

- a. Berpakaian dan merpenampilan yang rapih dan bersih
  - b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
  - c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
  - d. Tenang, sopan, hormat dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan
  - e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
  - f. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya
  - g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
  - h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
  - i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan kepada petugas lain yang mampu
  - j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan harus melayani.
3. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Dalam prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan

melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersediannya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
  - b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
  - c. Bertanggung jawab pada setiap nasabah dari awal hingga selesai
  - d. Mampu berkomunikasi dengan baik
  - e. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
  - f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
  - g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
  - h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.
4. Sikap melayani nasabah

Beberapa sikap yang harus diteladani dalam melayani nasabah adalah sebagai berikut:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini seorang petugas customer service harus dapat menyimak dan berusaha memahami kebutuhan dan keinginan nasabah

- b. Dengarkan baik-baik. Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengarkan baik tanpa membuat gerakan yang menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap tidak sopan.
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara
- e. Jangan marah dan mudah tersinggung
- f. Jangan mendebat nasabah
- g. Jangan sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang
- h. Jangan menangani pekerjaan yang bukan merupakan pekerjaannya
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

#### 5. Komponen kualitas pelayanan

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

*a. Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan, *technical quality* dapat dirincikan lagi menjadi:

1. *Search quality* adalah kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
2. *Experience quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa, misalnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.

3. *Credence quality* adalah kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung.

a. *Financial quality* adalah komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.

b. *Corporate image* yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

## 2. Kepuasan nasabah

### 1. Pengertian kepuasan nasabah

Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang telah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Pengertian lain dari kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang atau pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapannya.<sup>13</sup>

Ada empat cara seseorang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, yaitu:

a. *Skill*, untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, kita harus akrab dengan situasi dan kondisi bank dimana kita berada. Selain itu, membaca juga banyak membantu untuk meningkatkan kemampuan bagaimana harus bertindak, bersikap,

---

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen pemasaran: Analisa, perencanaan, implementasi, dan kontrol*. Terjemahan Hendra Teguh SE. Ak dan A. Rusli AK, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), jilid 1, hal.36

bertutur kata, dan mengambil keputusan yang menguntungkan bagi bank

b. *Efficiency*, tujuan sebenarnya adalah untuk mengurangi kesalahan, suatu kesalahan kecil dapat mengurangi kualitas produk, meningkatkan biaya, dan menimbulkan citra yang tidak baik bagi bank.

c. *Country*, dimaksud keramahmatan di sini bukan suatau tingkah laku yang dibuat-buat, tetapi harus dari lubuk hati yang paling dalam

d. *Pride*, kita harus memiliki kebanggaan terhadap pekerjaan kita. Yang pasti seorang pegawai bank menginginkan pekerjaan sebaik mungkin, karena nasabah mengharapkan yang terbaik.

Howard & sherth mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang didapat dengan pengorbanan yang dilakukan. Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan atau nasabah sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen suatau produk atau jasa. Sementara itu, *engel, et, al* menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan atau nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasilnya tidak memenuhi harapan.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa*, (jatim, BayunediaPublishing, 2005) cet pertama, hal.349

Dalam buku teks standar yang ditulis oleh Kotler dan banyak dijadikan acuan, sang mahaguru pemasaran menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Geise & Cote, ketiadaan konsensus mengenai definisi kepuasan pelanggan, terutama dalam hal penentuan definisi yang sesuai untuk konteks spesifik, pengembangan ukuran kepuasan yang sahih dan/atau perbandingan dan pengintegrasian hasil riset empiris. Berdasarkan hasil riset literatur dan hasil wawancara (kelompok dan personal), kedua pakar dari Washington State University ini mengajukan kerangka definisional untuk menyusun definisi kepuasan pelanggan yang sifatnya spesifik kontekstual. Kerangka tersebut mengidentifikasi tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- a. Tipe respons (baik respon emosional/efektif maupun kognitif) dan intensitas respons (kuat hingga lemah, biasanya dicerminkan lewat istilah-istilah seperti "sangat puas", "netral", "sangat senang", "frustasi", dan sebagainya).
- b. Fokus respons, berupa produk. Konsumsi, keputusan pembelian, wiraniaga, toko dan sebagainya.

- c. Timing respons, yaitu setelah konsumsi, setelah pilihan pembelian, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan seterusnya.<sup>15</sup>

Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori pokok, yaitu:

- a. Perspektif defisit normatif, yaitu perbandingan antara hasil aktual dengan hasil yang secara struktural dapat diterima.
- b. Ekuitas/keadilan, yaitu perbandingan perolehan keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial. Bila perolehan tersebut tidak sama, maka pihak yang akan dirugikan akan tidak puas.
- c. Standar normatif, yaitu perbandingan antara hasil actual dengan ekspektasi standar pelanggan yang dibentuk dari standar pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu.
- d. Keadilan prosedural, yaitu kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan/persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil.
- e. Atribusi, yaitu kepuasan tidak hanya diperoleh dengan ada tidaknya diskonfirmasi harapan, melainkan juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi.

## 2. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa*, Op. Cit hal.350

Menurut Kotler, ada 4 metode pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Metode ini untuk memantau kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon bebas pulsa.

b. Survei kepuasan nasabah

Umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan banyak dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan (kuisiner) kepada para pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan, kemudian pelanggan bayangan tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

d. *Last customer analysis*

Merupakan metode memantau kepuasan dengan cara menghubungi pelanggan atau beralih ke perusahaan pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi pelanggan.<sup>16</sup>

3. Faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Handi Irawan ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: performance, feature, reliability, consistency dan design

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kepuasan pelayanan

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, *Manajemen pemasaran : Analisa perencanaan, implementasi dan pengendalian Op, Cit*, hal.68

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayan yang paling populer adalah *servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi, yaitu: *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*

d. Faktor emosional

pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk merek tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena produk tetapi rasa bangga dan rasa percaya diri.

e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.<sup>17</sup>

4. Manfaat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan

Kepuasan pelanggan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi akan

---

<sup>17</sup> Handii Irawan D, MBA, M Com, *10 prinsip kepuasan pelanggan*, (Jakarta: PT, Elexmedia Komputindo, 2002) hal.37

menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan daripada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan posisi pelanggan yang telah pergi.

#### 5. Aspek-aspek kepuasan nasabah

Yang menjadi aspek-aspek dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

##### a) Tangibles

Nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri apabila ia menabung pada sebuah bank yang memiliki bukti fisik yang menarik. Seperti gedung yang bagus, perlengkapan kantor yang lengkap, karyawan yang kompeten, sarana komunikasi yang baik, dan sarana fisik-fisik yang lainnya yang menarik. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah, oleh karena itu, bentuk fisik sebuah bank hendaknya harus menarik dan modern.

##### b) Responsifitas

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank memberikan pelayanan tanpa membeda-bedakan kepada nasabah. Hal ini tentunya harus didasarkan dengan adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

c) Assurance

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank yang melayaninya memiliki pengetahuan kompetensi dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.

d) Reliabilitas

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuan.

e) Empati

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan akan mampu memberikan kemudahan serta dapat menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Apalagi jika karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan kepada nasabah.<sup>18</sup>

### 3. Tinjauan islam

Dalam ibadah, kaidah hukum yang berlaku adalah bahwa semua hal dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan Al-

---

<sup>18</sup> Philip Kotler, *Manajemen pemasaran : Analisa perencanaan, implementasi dan pengendalian Op, Cit*, hal 67-68

Qurandan Al-Hadits. Sedangkan dalam urusan muamalat, semua dibolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi baru muncul dimana belum dikenal sebelumnya dalam hukum islam, maka transaksi tersebut dapat diterima kecuali ada implikasi dari dalil Al-Quran dan Al-Hadits yang melarangnya secara eksplisit maupun secara implisit. Jadi, dalam bidang muamalat semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan. Meskipun dalam kosa kata fiqh islam tidak mengenal kata "bank", namun sesungguhnya bukti-bukti sejarah menyatakan bahwa fungsi-fungsi perbankan modern telah di praktekkan oleh umat muslim, bahkan sejak zaman Nabi Muhammad SAW.

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah haruslah memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memasarkan produk yang sesuai dengan syariat islam adalah:

- a. Setiap transaksi dalam islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridho), jadi dalam memasarkan produknya tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah.
- b. Setiap yang berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah, harus menjelaskan tentang produk-produk yang ditawarkan

secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya, Allah SWT berfirman:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا

بِالْقِسَاطِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ

أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya:

“ Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”. (as-Syua'raa ayat 181-183)

Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW:

Artinya:

“Dari Ibnu Umar r.a dia berkata: seseorang bercerita kepada Nabi Muhammad SAW bahwa dirinya ditipu dalam jual belia, kemudian Nabi bersabda: apabila kamu berjual-beli, maka kataknlah tidak ada unsur penipuan”. (muttafaqun Alaih)

- c. Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam Al-Qu'ran kejujuran dapat diistilahkan dengan amanah, ghoir al-takzib, shiddiq, dan al-haq. Dengan dasar-dasar etika seperti istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta.
- d. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari keseluruhan atau dari kemalangan orang. Keadilan tidak hanya terwujud ketika memperoleh keuntungan, namun dalam kondisi rugi pun keadilan tetap dituntut karena rugi bukan berarti kita harus menginjak-nginjak hak oranglain demi menutupi kerugian itu. Allah SWT berfirman An-Nissa ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا

حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ

بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

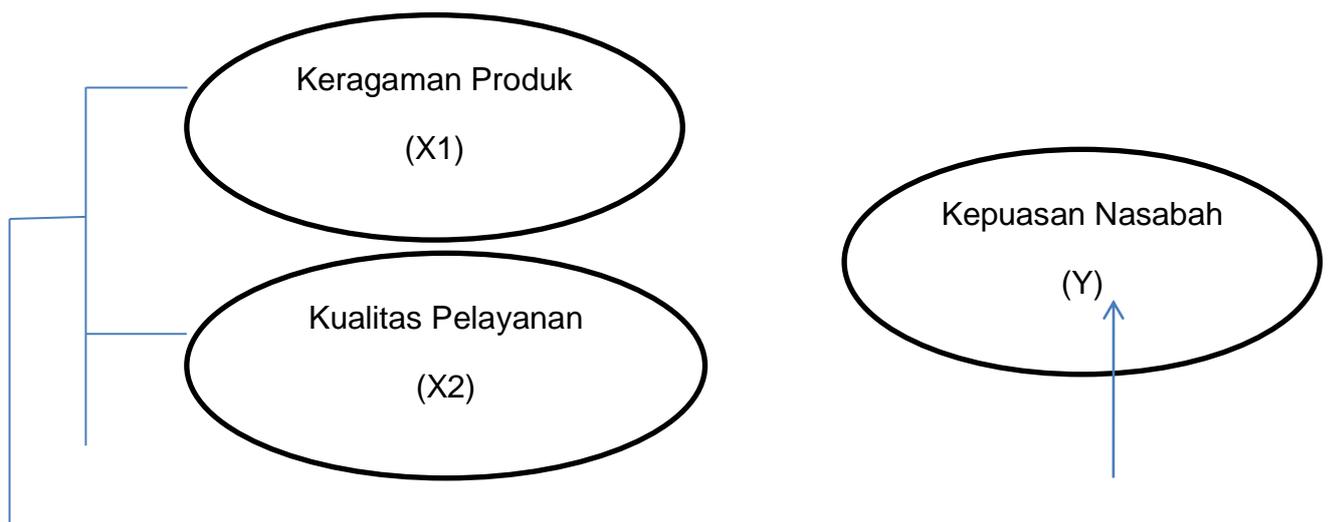
Artinya:

“ Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila

*menetapkan antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar Lagi Maha Melihat". (an-Nissa ayat 58)*

- e. Cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan adalah cermin bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian pula dalam menghadapi nasabah, akhlaq harus senantiasa terjaga. Persoalan model dan bentuk pakaian, islam tidak pernah membatasinya, syariat islam memberikan kesempatan berkreasi untuk merancang mode yang dipakai sepanjang pakaian yang dipakai itu menutupi aurat, sopan bagi yang melihatnya.
- f. Kebersihan adalah dasar pokok dalam islam, islam dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu baik ucapan maupun perbuatan atau lain sebagainya.

## B. Kerangka pikir



---

Keterangan :

Pada gambar 2.1 peneliti akan menguji pengaruh  $X_1$  (Keragaman Produk) terhadap  $Y$  (Kepuasan Nasabah),  $X_2$  (Kualitas Pruduk) terhadap  $Y$  (Kepuasan Nasabah) serta  $X_1$  (Keragaman Produk) dan  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) secara bersama berpengaruh terhadap  $Y$  (Kepuasan Nasabah).

### **C. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara atas penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut, maka hipotesispenelitiannya adalah:

1. Diduga keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
3. Diduga keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB III**

### **Metode penelitian**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung pada daerah Bima, Kota. Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu peneliti menjelaskan pengaruh utama antara variabel-variabel pengujian hipotesis.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang informasi atau datanya dianalisis menggunakan tehnik statistik. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian kuantitatif diuji dengan prosedur pengujian statistik.<sup>19</sup> Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini, memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dan hubungan-hubungan kuantatif.

#### **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penulis akan melakukan penelitian pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Sape, Jalan jendral sudirman Kab. Bima, Prov. Nusa Tenggara Barat.

---

<sup>19</sup>Ronny Kountur, Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Edisi Revisi 2. Jakarta: Penerbit PPM, 2007.h. 105.

### C. Variabel Penelitian

Variabel yang menjadi tujuan penelitian Penulis adalah Keragaman produk sebagai variabel bebas  $X_1$ , kualitas pelayanan sebagai variabel bebas  $X_2$  dan Kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y).

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah Nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Sape-Bima, Kab. Bima, Prov. Nusa Tenggara Barat dimana berdasarkan data yang ada secara keseluruhan sebesar 1300 orang.

Dari populasi tersebut, maka ditarik kesimpulan bahwa sampel yaitu sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap *representative* untuk mewakili populasi.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu sudah satu tahun menjadi nasabah aktif. Penentuan besarnya sampel dengan menggunakan metode slovin dengan rumus sebagai berikut:<sup>20</sup>

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

---

<sup>20</sup> Sugyono. Metode penulisan Bisnis. Cetakan ke tujuh bandung : Alfabeta 2009. Hal.72

**Keterangan:**

$n$ : jumlah sampel

$N$ : jumlah populasi

$e$ : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$= \frac{1300}{(1+(1300 \cdot 0,1^2))}$$

$$= \frac{1300}{1+0,01 \times 1300}$$

$$= \frac{1300}{1+13}$$

$$= \frac{1300}{14} = 90 \text{ sampel}$$

**E. Definisi Operasional****1. Keragaman produk ( $X_1$ )**

Keragaman produk (*product variant*) dapat berbentuk tambahan dari suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subyektif oleh masing-masing individu dalam hal ini konsumen yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan pasar.

**2. Kualitas pelayanan ( $X_2$ )**

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir

semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayan dari karyawan perusahaan. Untuk produk bank ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedarnya atau secara rinci. Namun ada juga produk bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM.

### **3. Kepuasan Nasabah (Y)**

kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah adalah bentuk perasaan senang atau kecewa nasabah yang merupakan hasil perbandingan antara performa produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>21</sup>

Indikator kepuasan nasabah meliputi :

- Kualitas Produk
- Kualitas Pelayanan
- Emosional
- Harga
- Biaya

---

<sup>21</sup>Rangkuti, Freddy. Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2002.h.30.

## **F. Sumber Data**

1. Data primer yaitu data diperoleh secara langsung melalui koesioner yang disebar dan wawancara pada responden serta data lainnyayang menunjang pokok pembahasan ini.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi dan dokumen-dokumen, serta literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dipergunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitianini terdiri atas metode observasi, angket ataukoesioner,dokumentasi, dan metode wawancara untuk melengkapi data yang diperoleh melalui angket.

### **1. Observasi**

Observasi adalah pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan.Pada waktu melakukan observasi, analis sistem dapat ikut juga berpartisipasi atau hanya mengamati saja orang-orang yang sedang melakukan suatu kegiatan tertentu yang diobservasi.

### **2. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efesien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan terbuka atau tertutup , dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternative yang ada, yaitu:

1.	SS	Sangat Setuju
2.	S	Setuju
3.	R	Ragu-ragu
4.	TS	Tidak Setuju
5.	STS	Sangat Tidak Setuju

**TABEL 3.1 PERNYATAAN UNTUK RESPONDEN**

NO :

JENIS KELAMIN :

PEKERJAAN :

UMUR :

No	Indikator	Pernyataan	SS	ST	RR	TS	STS
1	Performa	Saya mengetahui bahwa performa produk-produk bank BNI Syariah Cabang					

		Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima beragam					
2	Keistimewaan	Saya meyakini bahwa produk produk Bank BNI Syariah cabang pembantu kecamatan SAPE sudah terjamin karena sudah ada sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).					
3	Konformitas	Saya meyakini bahwa produk Bank BNI Syariah Cabang pembantu kecamatan SAPE					

		sangat sesuai antara isi dan tampilannya karena saya yakin prinsip kejujuran di tanamkan di Bank BNI Syariah Cabang pembantu kecamatan SAPE					
4	Daya tahan	Saya meyakini bahwa produk Bank BNI Syariah Cabang pembantu kecamatan SAPE selalu dipantau oleh Dewan Pengawas Syariah sehingga produknya dapat terjamin nilai syariahnya sepanjang waktu					
KUALITAS PELAYANAN (X2)							
1	Pemenuhan	Pada produk					

		pinjaman di Bank BNI Syariah Cabang pembantu kecamatan SAPE berlaku ketentuan yang bebas dari beban bunga					
2	Ketanggapan	Nasabah Bank BNI Syariah Cabang pembantu kecamatan SAPE tidak pernah menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan bank					
3	Keyakinan	Karyawan bank selalu bersikap profesional dan ramah, tersenyum serta mengucapkan salam dan terimakasih					

4	Kehandalan	Bank BNI Syariah cabang pembantu kecamatan SAPE tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah					
KEPUASAN NASABAH (Y)							
1	Harga	Saya senang dengan pelayanan yang diberikan Bank BNI Syariah Cabang Pembantu kecamatan Sape Kab Bima dengan sangat cepat dan tepat waktu, serta pinjaman yg dapat membantu nasabah.					
2	Kualitas pelayanan	Saya merasa senang dengan					

		<p>pelayanan yang diberikan Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima karena pegawai Bank mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya dan sudah menyiapkan sebelum nasabah memintanya.</p>					
3	Kualitas produk	<p>Saya sangat puas dengan wawasan, kemampuan, keramahan, kesopanan serta kepercayaan yang dimiliki pegawai dan tersedianya produk Bank BNI Syariah</p>					

		<p>Cabang Pembantu kecamatan Sape Kabupaten Bima sehingga saya tidak ragu lagi ketika berhubungan dengan Bank BNI Syariah Cabang Pembantu kecamatan Sape Kabupaten Bima</p>					
4	Empati	<p>Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan Bank BNI Syariah cabang pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima kepada saya karena saya selalu dihargai dan diberlakukan</p>					

		seperti keluarga sendiri sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik					
5	Biaya	Saya senang dengan fasilitas pelengkap yang disediakan oleh Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten BIMA membuat nyaman dalam melakukan transaksi di Bank.					

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat

dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan. Dokumentasi biasanya juga digunakan dalam sebuah laporan pertanggung jawaban dari sebuah acara.

## **H. Analisis Data**

### **1. Teknik Pengukuran**

Data yang diperoleh berupa jawaban dari responden terhadap pernyataan yang diajukan, diberikan penilaian/skor dan dikategorikan dengan menggunakan skala 5 tingkat (*skala likert*) yaitu :

Skor 5 = sangat setuju (SS)

Skor 4 = setuju (S)

Skor 3 = Ragu-ragu (R)

Skor 2 = tidak setuju (TS)

Skor 1 = sangat tidak setuju (STS)

### **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (Pelayanan teller) terhadap variabel dependen (Kepuasan nasabah).

Analisis data akan menggunakan *software SPSS 16.0 For Windows*.<sup>22</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

**Keterangan :**

Y = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Parameter regresi

$x_1$  = Keragaman produk

$x_2$  = Kualitas pelayanan

e = Standar error

### 3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkata keandalan alat ukur yang digunakan. Menurut pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui validitas dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yaitu dengan menguji korelasi antara skor item dengan skor total. Jika koefisien korelasi tiap faktor tersebut lebih dari 0,05 maka menunjukkan pertanyaan atau pernyataan tersebut valid, dengan menggunakan *software SPSS 16.0*.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Riduwan. Dasar-dasar Statistika. Bandung : Alfabeta. 2003.h.252-253.

<sup>23</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung : Alfabeta. 2011.h.361.

#### 4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kemampuan suatu instrument untuk diuji kembali dengan memberikan hasil yang relatif konstan. Suatu instrumen dikatakan *reliable* jika memberikan hasil yang relative sama jika diuji secara berulang-ulang. *Reliable* jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0.60$ .

#### 5. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan agar estimasi yang diperoleh benar-benar *relevan*.

untuk kemudian dianalisis. Pengujian asumsi klasik meliputi :

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini berarti bahwa antar variable independen yang terdapat dalam memiliki hubungan sempurna atau mendekati koefisien korelasinya. Tinggi atau bahkan satu (Algifari dalam Mustikasari : 2014) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable bebas, dengan kata lain tidak terjadi multikolinieritas. Salah satu cara yang mendeteksi kolonieritas dilakukan dengan mengkorelasikan antara variable bebas dan apabila korelasinya signifikan maka antar variable bebas tersebut multikolinieritas. Koefisien antar variable independen haruslah di bawah 0,05. Jika korelasi kuat maka terjadi problem multikol (Santoso dalam Mustikasari : 2014).

##### b. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan pada model-model penelitian yang di ajukan. Uji normalitas bertujuan untuk mendeteksi pada distribusi data dalam suatu variable yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi yang normal.

c. Uji t (Persial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak pengujian dilakukan sebagai berikut :

- a) Bila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b) Bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh variabel

d. Uji F (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.

## **BAB IV**

### **A. Gambaran Umum Unit Penelitian**

PT Bank Negara Indonesia Syariah cabang pembantu kecamatan sape kabupaten Bima, prov Nusa tenggara barat merupakan lembaga keuangan perbankan Syariah dimana untuk meningkatkan pendapatan, bank syariah harus memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih produk bank serta pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan yang sesuai persepsi mereka, sehingga dapat membuat

nasabah loyal. Oleh karena itu perlunya dilakukan penelitian pengaruh keragaman produk dan kepuasan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk makin mendekatkan diri dengan nasabah, maka salah satu penunjang adalah bank memberikan pelayanan yang bagus yang berpotensi yang handal yang dapat melayani nasabah dengan memperkerjakan pegawai yang handal yang dapat melayani nasabah dengan pelayanan yang prima dalam melakukan transaksi. seperti itulah yang dilakukan Bank BNI Syariah cabang pembantu kecamatan Sape kabupaten Bima prov Nusa Tenggara Barat dengan keragaman produk dan kualitas pelayanan yang memberikan kemudahan serta kepuasan tersendiri bagi nasabah dalam pelayanan yang baik dan bagus.

#### 1. Sejarah PT. Bank Negara Indonesia Syariah

Bank Negara Indonesia atau BNI Syariah adalah lembaga perbankan di Indonesia. Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT. BNI, Persero, Tbk. Sejak 2010, unit BNI Syariah berubah menjadi Bank umum Syariah dengan nama PT Bank BNI Syariah. Dalam struktur manajemen organisasinya, Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang saat ini dijabat oleh Abdullah Firman Wibowo. Bank BNI Syariah adalah salah satu Bank Syariah yang maju dan besar. Produknya Bank BNI Syariah pada tanggal 9 februari 2008, BNI Unit Usaha Syariah (BNI Syariah) bersama dengan *Mastercard Worldwide* meluncurkan *Hasana Card*.

Sebagaimana diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional dan bertujuan untuk memudahkan sistem pembayaran serta sebagai jaminan atas 5 transaksi pembelian barang dan jasa. 7 Lembaga keuangan ini merupakan perusahaan perbankan milik negara yang pertama kali mengusungkan sistem keuangan syariah. Tentu saja pastinya dalam BNI syariah juga terdapat sistem kartu kredit yang pastikan berlabelkan syariah.

PT Bank Negara Indonesia Syariah Tbk didirikan oleh Margono Djojohadikusumo, yang merupakan satu dari anggota BPUPKI, lalu mendirikan bank sirkulasi/sentral yang bertanggung jawab menerbitkan dan mengelola mata uang RI Margono bejasa besar atas perkembangan bisnis atau usaha perbankan di Indonesia, menggantikan peranan *De Javasche Bank* pada era penjajahan.

a. Awal pendirian

Pada mulai Maret 2000 dibuka tim proyek cabang syariah dengan tujuan untuk memperluas segmen pasar. Pada tanggal 29 April 2000 dibuka lima cabang perdana, saat ini telah terdapat 2 cabang Syariah prima dan 12 cabang reguler dan 14 KCPS. PT. Bank BNI Tbk membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) untuk merespon kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih tahan terhadap krisis ekonomi. Dimulai dengan lima kantor cabang yakni di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin.

Tanggal 8 juli 2002 sejalan dengan peningkatan load busines, organisasi unit usaha syariah ditingkatkan menjadi divisi usaha syariah (USY). UUS BNI menghasilkan laba pertama sebesar Rp. 7,189 miliar miliar dengan tujuh cabang

November 2004 BNI Syariah mendapatkan penghargaan sebagai "*the most profitable islamic bank*" dari bank indonesia berkat kinerja Bank BNI Syariah selama tahun 2003. Berturut-turut UUS BNI mendapatkan penghargaan *the most profitable* bank diantara dua BUS dan delapan UUS.

Pembentukan tim implementasi bank umum syariah yang akan mentransformasikan UUS BNI menjadi PT Bank BNI syariah sebagai implementasi dari UU Perbankan Syariah No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah didukung dengan peraturan bank indonesia No 11/10/PBI/2009 tanggal 19 maret 2009 tentang pemisahan unit usaha syariah dari bank konvensional.

#### b. Perkembangan Bisnis

BNI Syariah siap memasuki pasar, awal 2010, Unit syariah Bank BNI resmi melakukan pemisahan (*spin off*) dari induknya. Para pemegang saham dan dewan komisaris BNI telah menyetujui rencana BNI Syariah itu menjadi bank umum murni syariah. Berdasarkan surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/41/KEP.GBI/2010, PT. Bank BNI syariah resmi beroperasi sebagai bank umum syariah pada tanggal 19 juni 2010 dengan 27 kantor cabang, 31 kantor cabang

pembantu dan 600 kantor cabang BNI Konvensional yang selalu triliun, naik 21% dari juni 2010.

PT. Bank BNI syariah melakukan laba Rp.66 *miliar* dengan dukungan 38 cabang, 54 kantor cabang pembantu, 4 kantor kas, serta lebih dari 1.000 syariah *channeling outlet* (SCO BNI) dengan total aset Rp.8,4 triliun pada akhir desember 2011.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja

### b. Misi

- ❖ Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- ❖ Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- ❖ Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- ❖ Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- ❖ Menjadi aturan tata kelola perusahaan yang amanah

## 3. Lokasi penelitian

Lokasi atau tempat penelitian dilakukan di Bank BNI Syariah cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima, jln. Jendral Sudirman.

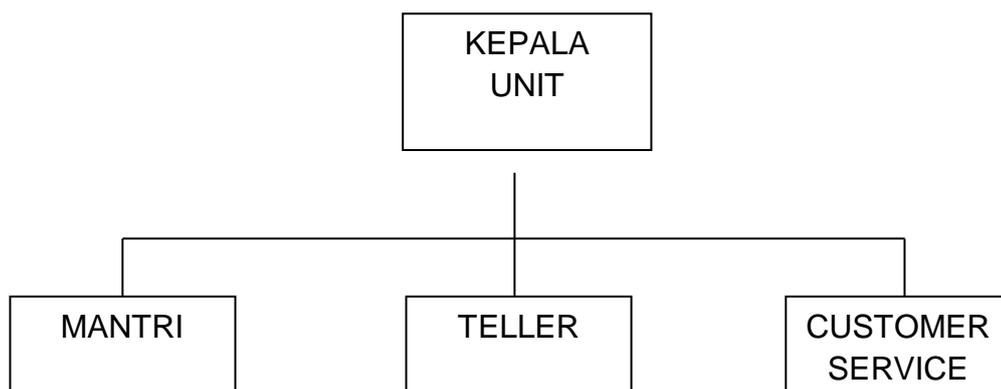
#### 4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu kerangka dasar menyeluruh yang mempersatukan bagian-bagian yang ada dalam suatu perusahaan, sehingga bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi dibentuk sebagai alat bantu bagi pimpinan untuk mengkoordinir aktivitas-aktivitas perusahaan dengan maksud agar setiap anggota dapat bekerja dengan efektif dan efisien. Struktur organisasi Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima.

##### a. Struktur organisasi

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi**



Sumber : Bank Negara Indonesia Syariah cab. Bima, 2017

b. Uraian tugas dan tanggung jawab

1) Kepala Unit

Tugas dan wewenangan

- a) Bertanggung jawab atas semua operasional di BNI Syariah Unit.
- b) Sebagai pengawas penuh terhadap operasional BNI Syariah Unit.
- c) Pemegang *password* BNI Syariah Unit.
- d) Memegang wewenang putusan pinjaman dan simpanan sesuai dengan SK ketetapan dari kantor cabang.
- e) Bertanggung jawab atas proses data di BNI Syariah Unit
- f) Bertanggung jawab atas pekerja BNI Syariah Unit itu sendiri.

2) Mantri

Tugas dan tanggung jawab

- a) Memproses dan pemeriksa pinjaman.
- b) Sebagai tenaga *marketing* produk-produk BNI Syariah Unit.
- c) Bertanggung jawab terhadap proses pinjaman.

- d) Bertanggung jawab terhadap pinjaman.n
- e) Bertanggung jawab terhadap tunggakan-tunggakan yang terjadi akibat keterlambatan nasabah membayar pinjaman.
- f) Bertanggung jawab terhadap proses keaslian pinjaman dan pengecekan jaminan.

### 3) Teller

Tugas dan tanggung jawab

- a) Melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari pelanggan.
- b) Melakukan pemeriksaan kas dan menghitung transaksi harian menggunakan komputer, kalkulator, atau mesin penghitung.
- c) Pemeriksaan Kas dan membayarkan penarikan uang pelanggan setelah memverifikasi data, jumlah uang dan memastikan akun pelanggan memiliki dana yang cukup untuk penarikan.
- d) Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah, dan periksa keakuratan slip setoran.
- e) Pemeriksaan cashing, penyetoran, transfer
- f) Bertanggung jawab terhadap aliran uang tunai
- g) Penebusan obligasi tabungan.

- h) Membangun dan Mempertahankan Hubungan Interpersonal Mengembangkan hubungan kerja yang konstruktif dan kooperatif dengan orang lain, dan menjaga mereka dari waktu ke waktu.
- i) Melakukan tambahan kas agar kelancaran pelayanan kepada nasabah dapat berjalan dengan baik dan memuaskan.
- j) Meneliti keabsahan bukti kas kepada *supervisor*/AMO baik selama jam pelayanan kas maupun ahir hari agar keamanan kas dapat terjaga.

#### 4) *Customer Service*

Tugas dan tanggung jawab

Adapun tugas dan tanggung jawab *customer service* yaitu :

- a) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya. Di samping itu memberikan informasi sejelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui dan diminati kepada nasabah atau calon nasabah.
- b) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan

ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak nasabah.

- c) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- d) Mengadministrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
- e) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
- f) Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan.
- g) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Deskriptif Responden**

Responden yang diteliti dalam nasabah penelitian adalah nasabah Bank, jumlah nasabah yang menjadi responden sebanyak 90 orang.

#### **Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	44	48,9	48,9	48,9
P	46	51,1	51,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah responden atau nasabah bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima laki-laki sebanyak 44 orang (48,9%) dan responden perempuan sebanyak 46 orang (51,1%), ini menunjukkan bahwa nasabah yang banyak adalah perempuan.

Keadaan responden berdasarkan umur , di difinisikan dalam tabel 4.2, yaitu sebagai berikut :

#### 4.2 RESPONDEN BERDASARKAN UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	1	1.1	1.2	1.2
19	3	3.3	3.6	4.8
20	6	6.7	7.2	12.0
21	2	2.2	2.4	14.5
22	1	1.1	1.2	15.7
23	2	2.2	2.4	18.1

24	1	1.1	1.2	19.3
25	4	4.4	4.8	24.1
26	2	2.2	2.4	26.5
27	2	2.2	2.4	28.9
28	4	4.4	4.8	33.7
29	4	4.4	4.8	38.6
30	8	8.9	9.6	48.2
31	1	1.1	1.2	49.4
32	2	2.2	2.4	51.8
33	1	1.1	1.2	53.0
34	2	2.2	2.4	55.4
35	3	3.3	3.6	59.0
36	4	4.4	4.8	63.9
37	4	4.4	4.8	68.7
38	4	4.4	4.8	73.5
39	4	4.4	4.8	78.3
40	8	8.9	9.6	88.0
42	3	3.3	3.6	91.6
43	2	2.2	2.4	94.0
45	5	5.6	6.0	100.0
Total	83	92.2	100.0	

Missing System	7	7.8		
Total	90	100.0		

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden atau nasabah pada BankBNI Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima yang melakukan pinjaman kepada rentenir berumur mulaidari 18 tahun- 45 tahun.

## 2. Uji Validitas

**Tabel 4.3 Uji Validitas**

no	butir pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
1	Q1	0,862	0,205	VALID
2	Q2	0,877	0,205	VALID
3	Q3	0,880	0,205	VALID
4	Q4	0,862	0,205	VALID
5	Q5	0,863	0,205	VALID
6	Q6	0,896	0,205	VALID
7	Q7	0,863	0,205	VALID
8	Q8	0,887	0,205	VALID
9	Q9	0,624	0,205	VALID
10	Q10	0,555	0,205	VALID
11	Q11	0,674	0,205	VALID

12	Q12	0,494	0,205	VALID
13	Q13	0,464	0,205	VALID

Sumber : Data diolah (2018)

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien kolerasi ( $r_{hitung}$ ) > 0,205. Nilai 0,205 diperoleh dari  $r_{tabel}$  dengan N=90.

### 3. Uji Reabilitas

**Tabel 4.4 Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Keragaman Produk	0,834	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,836	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah	0,711	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan semua nilai cronbach's alpha variabel Keragaman Produk 0,834 maka dinyatakan reliabel, Kualitas Pelayanan 0,836 dan 0.711 maka di nyatakan juga reliabel.

### 4. Uji Asumsi Klasik

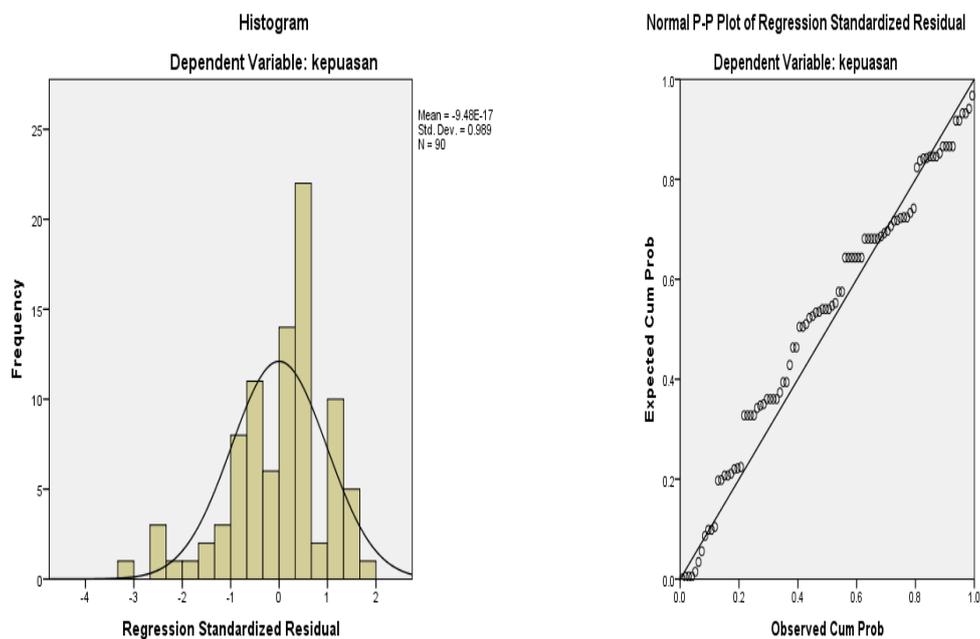
#### a) Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Dasar pengembalian keputusan adalah :

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah pada diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika ada yang menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garisdiagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah grafik untuk mendeteksi normalitas :

**Gambar 4.2 Uji Normalitas**



Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan pada gambar hasil pengujian menunjukkan data diantara garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram

menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

### b) Uji Autokorelasi

Salah satu asumsi dan model regresi linear klasik ialah bahwa tidak ada autokorelasi atau korelasi serial (*autocorrelation or serial correlation*).

Ketentuan ada/tidaknya autokorelasi adalah :

$$DW < D_L$$

$$DW > 4 - D_U$$

$$D_U < DW < 4 - D_L$$

$$D_L < DW < D_U \text{ atau } 4 - D_U < DW < 4 - D_L$$

**Tabel 4.5 Uji Autokorelasi**

#### **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,099 <sup>a</sup>	,010	,013	,218018	1,900

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, keragaman produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel Durbin Watson, jumlah sampel (n) =90, jumlah variabel (k) = 3, maka batas bawah Durbin Watson (dL) = 1.5889 dan batas atas Durbin Watson (dU) = 1.726. Sementara berdasarkan hasil

olah data SPSS, diperoleh nilai DW = 1,900. Hasil olah data ini lebih tinggi daripada nilai batas atas (dU) pada tabel DW, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah tidak terdapat autokorelasi yang positif terhadap variabel-variabel Keragaman produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

### c) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Keragaman Produk	,428	2,338
Kualitas Pelayanan	,428	2,338

a. Dependent Variable: Rentenir

Sumber : Data diolah (2018)

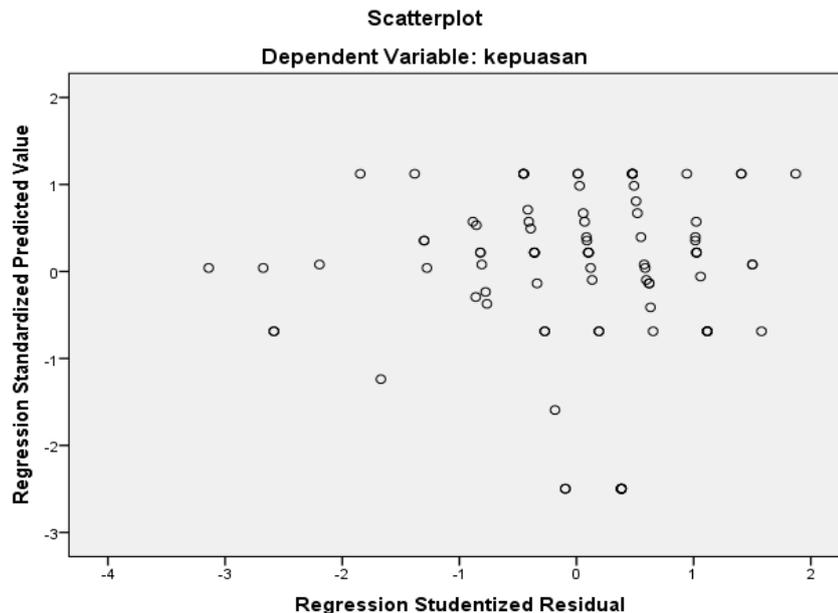
Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolonieritas. Dari hasil coefficient dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 2,338 (Variabel Keragaman Produk), 2,338 (Variabel Kualitas Pelayanan). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

#### d) Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

**Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data diolah (2018)

Pada gambar 4.7 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scattplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik

tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

### 5. Uji Regresi

Uji regresi dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan olah data regresi diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19,038	.1848		10301	.000
Keragaman Produk	.067	.154	.071	437	.663
Kualitas pelayanan	.029	.145	.033	203	.840

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan model persamaan regresi :

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

$$= 19.028 + 0.67 X_1 + 0.29 X_2$$

- a. Konstanta sebesar 19,03 artinya apabila X1 (Keragaman Produk) dan X2 (Kualitas Pelayanan) sama dengan nol maka nilai Y sebesar 2.542
- b. Koefisien regresi X1 (keragaman produk) sebesar 0.67 artinya apabila setiap kenaikan satu-satunya X1 (Keragaman Produk) maka nilai Y (Kepuasan Nasabah) akan meningkatkan sebesar 0.67
- c. Koefisien regresi X2 (kualitas pelayanan) sebesar 0.29 apabila setiap kenaikan satu-satuan X2 (kualitas pelayanan) maka nilai Y akan meningkat sebesar 0.29.

## 6. Uji t

Untuk pengujian dengan uji t dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, hal ini berarti tidak ada pengaruh Keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan.
2. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan ada pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 4.8 Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.038	1.848		10.301	.000
Keragaman	.067	.154	.071	.437	.663
kualitas	.029	.145	.033	.203	.840

Sumber : Data diolah (2018)

- a. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan nasabah pada kolom coefficients model 1 terdapat nilai sig 0.663. Nilai sig. Lebih besar dari probabilitas 0.05 atau  $0.663 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Variabel Keragaman produk  $T_{hitung}$  sebesar 0,437 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.986, maka dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk memiliki kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah , hal ini berarti keragaman produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, pada kolom coefficients model 1 terdapat nilai sig. 0.840. Nilai sig. Lebih kecil dari probabilitas 0.05 atau  $0.840 < 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$

ditolak. Variabel keputusan mengambil pinjaman mempunyai  $T_{hitung}$  sebesar 4.361 dengan  $T_{tabel}$  sebesar 1.986 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan mengambil pinjaman memiliki kontribusi terhadap . hal ini berarti kualitas pelayanan mengambil pinjaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 7. Uji F

**Tabel 4. 9 Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.073	2	2.036	.428	.653 <sup>b</sup>
	Residual	413.527	87	4.753		
	Total	417.600	89			

Sumber : Data diolah (2018)

Dari tabel Anova diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 0,428 dengan nilai probabilitas atau sig sebesar 0.653. Nilai  $F_{hitung}$  (0,428) >  $F_{tabel}$  (2.71) dan nilai sig (0.428) < 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 8. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ . Nilai koefisien determinasi di antara 0 sampai 1, dimana

semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh X1 dan X2 terhadap Y semakin kuat. Dan sebaliknya semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh X1 dan X2 terhadap Y lemah.

**Tabel 4. 10 Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,099 <sup>a</sup>	,010	,013	,218018	1,900

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, keragaman produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah (2018)

Dari tabel juga dilihat bahwa R square = 0.010. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X1 (keragaman produk) dan X2 (kualitas pelayanan) lemah. Selain itu, dalam model ini diketahui pula adjusted R square sebesar 0.013, ini berarti bahwa variabel X1 (keragaman produk) dan X2 (Kualitas pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh secara lemah terhadap Y (kepuasan nasabah) sebesar 20,5%. Sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah di paparkan pada bab 4 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel keragaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah belum mengetahui secara keseluruhan keragaman produk sehingga tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah..
2. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah . Artinya nasabah tidak terlalu puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh bank.
3. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **B. Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah :

1. Diharapkan dapat menambah kepuasan nasabah dan memilih bank syariah dalam setiap melakukan transaksi

2. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penulis selanjutnya untuk membangun maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004)
- Erikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Ismail, MBA, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2011)
- Kolter, Philip, *Manajemen pemasaran 1. Milenium ed* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002)
- Kolter, Philip, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta:prehalindo, 1997)
- Kolter, Philip, dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indonesia, 1996)
- Kasim, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005)
- Muhammad, *Bank Syariah Problem Dan Prospek Perkembangan Di Indonesia*, (Yogyakarta: Ghailmu, 2005)
- Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2008)
- Mahim hikmat *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Dan Sastra*, (Yogyakarta: Grahailmu 2014)
- Muhammad *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Grahailmu 2007)
- M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indah, 2005)

M Syafii Antonio *Bank Islam Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Gemalnsani, 2001)

Nasution, *Manajemen Mutu Terapdu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001)

Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009)

Nur rianto al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)

Perwaatmadja Karmaendan Muhammad Syafi'i Antonio *Apa Dan Bagaimana Bank Islam* ( Yogyakarta: Daha Bhakti Wakaf,1992)

Sugiyono *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*, (Bandung Alfabeta 2014)

Sugyono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (bandung: Alfabeta , 2011)

Wirnyaningsing, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (jakarta: kencana pranada media group, 2005)

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

NO	JK	UMUR	PEKERJAAN	Q1	Q2	Q3	Q4
1	L	40	PNS	4	4	4	4
2	P	38	PEGAWAI/SWASTA	5	5	5	5
3	L	40	WIRASWASTA	5	5	5	5
4	L	40	WIRASWASTA	4	4	4	5
5	L	20	MAHASISWA	4	5	4	5
6	P	24	PEGAWAI/SWASTA	5	5	4	4
7	P	19	MAHASISWA	4	4	4	4
8	L	30	WIRASWASTA	5	5	5	5
9	L	40	TNI/POLRI	4	4	5	5
10	L	38	WIRASWASTA	4	5	5	4
11	P	32	WIRASWASTA	5	5	5	5
12	P	18	MAHASISWA	4	4	4	5
13	P	37	WIRASWASTA	5	5	5	5
14	P	37	WIRASWASTA	5	4	4	5
15	L	19	MAHASISWA	5	5	4	5
16	P	30	WIRASWASTA	3	3	4	4
17	L	30	WIRASWASTA	5	4	5	4
18	P	20	MAHASISWA	5	4	5	4
19	P	30	WIRASWASTA	5	5	5	5
20	L	28	PNS	4	5	4	4
21	L	26	PNS	5	5	5	4
22	L	30	WIRASWASTA	5	5	5	5
23	L	45	WIRASWASTA	5	4	5	4
24	P	43	PNS	4	5	5	4
25	P	42	LAINNYA	5	4	5	4
26	L	45	WIRASWASTA	5	5	5	5
27	P	40	PNS	5	4	5	4
28	L	45	WIRASWASTA	4	5	5	5
29	L	39	PNS	5	4	5	4
30	P	42	LAINNYA	4	4	4	4
31	L	43	PNS	4	4	5	4
32	L	29	PEGAWAI/SWASTA	4	4	5	5
33	P	40	PNS	4	4	5	5
34	P	42	LAINNYA	4	4	4	4
35	L	45	PNS	4	4	4	4
36	P	40	WIRASWASTA	5	5	5	5
37	P	31	LAINNYA	5	5	5	5
38	P	39	PNS	3	3	3	3
39	P	45	WIRASWASTA	5	4	5	5
40	L	20	TNI/POLRI	4	5	4	4
41	L	23	LAINNYA	3	3	3	3
42	P	37	WIRASWASTA	4	4	4	4
43	P	25	PEGAWAI/SWASTA	4	4	4	4
44	L	28	WIRASWASTA	5	5	5	5
45	L	34	WIRASWASTA	5	5	5	5
46	L	20	TNI/POLRI	5	5	4	4

47	L	28	PEGAWAI/SWASTA	5	4	5	4
48	L	39	WIRASWASTA	3	3	3	3
49	P	35	PNS	4	4	4	4
50	P	23	LAINNYA	5	5	5	5
51	P	22	PEGAWAI/SWASTA	4	5	5	5
52	P	29	WIRASWASTA	4	5	4	4
53	P	38	WIRASWASTA	5	4	4	4
54	L	36	WIRASWASTA	4	4	4	4
55	L	37	PNS	4	4	4	4
56	P	27	LAINNYA	5	4	5	4
57	P	25	PEGAWAI/SWASTA	3	3	3	3
58	P	21	LAINNYA	5	5	5	5
59	L	30	WIRASWASTA	5	5	5	5
60	P	21	LAINNYA	4	4	4	4
61	L	30	PEGAWAI/SWASTA	5	5	5	5
62	P	29	WIRASWASTA	3	4	5	4
63	P	20	LAINNYA	5	5	5	4
64	L	27	PEGAWAI/SWASTA	3	3	3	3
65	L	34	WIRASWASTA	5	5	5	5
66	P	36	LAINNYA	5	4	5	4
67	P	29	LAINNYA	5	5	5	5
68	P	35	WIRASWASTA	4	4	4	4
69	L	25	PEGAWAI/SWASTA	5	4	5	4
70	L	20	TNI/POLRI	4	4	5	5
71	P	28	WIRASWASTA	4	4	5	5
72	P	40	WIRASWASTA	3	3	3	3
73	P	35	LAINNYA	4	4	4	4
74	P	33	LAINNYA	4	4	4	4
75	L	26	PEGAWAI/SWASTA	5	5	5	5
76	L	40	PNS	5	5	5	5
77	P	32	WIRASWASTA	4	4	4	4
78	P	36	WIRASWASTA	5	5	5	5
79	L	36	WIRASWASTA	4	4	4	4
80	P	39	LAINNYA	4	4	5	5
81	L	30	LAINNYA	5	5	5	5
82	L	38	LAINNYA	4	5	5	5
83	L	25	PEGAWAI/SWASTA	4	5	5	5
84	P	38	WIRASWASTA	5	5	5	5
85	P	34	WIRASWASTA	5	5	5	5
86	L	40	WIRASWASTA	3	3	3	3
87	P	23	WIRASWASTA	3	3	3	3
88	L	19	TNI/POLRI	4	5	4	5
89	L	25	LAINNYA	4	4	5	4
90	L	26	LAINNYA	4	4	4	5

Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13
4	4	4	4	2	3	3	3	4
5	5	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	2	4	3	4	5
5	4	5	5	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	3	2	3	4
5	5	4	4	3	3	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	3	3	3	3	5
5	4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	2	3	5	4
4	4	4	4	3	4	5	4	3
4	5	5	5	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	3	3
4	4	5	4	5	3	5	4	5
3	3	4	4	4	5	4	2	5
5	4	4	5	3	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	3	4	5	5
4	5	5	5	2	4	2	5	5
4	5	4	5	4	5	3	4	3
4	5	5	5	5	4	3	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	3	3	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	3	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	5	4	5
3	3	3	3	5	3	3	4	4
4	4	5	4	5	3	4	3	4
3	3	3	3	5	4	3	5	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	3	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	3	3
5	4	5	4	5	4	5	4	3

4	4	5	4	3	3	4	4	5
3	3	3	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	3	3	4	5
3	3	3	3	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	3	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	3	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	3	4
3	3	3	3	5	4	3	4	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	3	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	3	4
5	5	4	4	4	5	4	3	4
5	5	4	4	4	5	5	5	4
3	3	3	3	5	4	5	4	3
4	4	4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	3	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	3
4	4	4	4	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	3	4	5	4
3	3	3	3	4	3	4	5	4
3	3	3	3	4	5	4	3	4
4	5	4	5	4	5	4	3	4
3	4	5	4	3	4	5	4	3
4	4	5	5	5	5	4	3	4

```

GET DATA /TYPE=XLSX
  /FILE='E:\TITI\DAFTAR TABEL TITI.xlsx'
  /SHEET=name 'Sheet1'
  /CELLRANGE=full
  /READNAMES=on
  /ASSUMEDSTRWIDTH=32767.
EXECUTE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=UMUR
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.

```

## Frequencies

### Notes

Output Created	28-MAY-2018 23:41:51	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=UMUR /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet1]

**Statistics**

UMUR

N	Valid	83
	Missing	7
Mean		32.06
Std. Deviation		7.828
Variance		61.277

**UMUR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	1.1	1.2	1.2
	19	3	3.3	3.6	4.8
	20	6	6.7	7.2	12.0
	21	2	2.2	2.4	14.5
	22	1	1.1	1.2	15.7
	23	2	2.2	2.4	18.1
	24	1	1.1	1.2	19.3
	25	4	4.4	4.8	24.1
	26	2	2.2	2.4	26.5
	27	2	2.2	2.4	28.9
	28	4	4.4	4.8	33.7
	29	4	4.4	4.8	38.6
	30	8	8.9	9.6	48.2
	31	1	1.1	1.2	49.4
	32	2	2.2	2.4	51.8
	33	1	1.1	1.2	53.0
	34	2	2.2	2.4	55.4
	35	3	3.3	3.6	59.0
	36	4	4.4	4.8	63.9
	37	4	4.4	4.8	68.7
38	4	4.4	4.8	73.5	
39	4	4.4	4.8	78.3	
40	8	8.9	9.6	88.0	

	42	3	3.3	3.6	91.6
	43	2	2.2	2.4	94.0
	45	5	5.6	6.0	100.0
	Total	83	92.2	100.0	
Missing	System	7	7.8		
Total		90	100.0		

```
FREQUENCIES VARIABLES=UMUR
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

### Notes

Output Created		28-MAY-2018 23:42:33
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=UMUR /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.05

**Statistics**

UMUR

N	Valid	83
	Missing	7
Mean		32.06
Std. Deviation		7.828
Variance		61.277

**UMUR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	1.1	1.2	1.2
	19	3	3.3	3.6	4.8
	20	6	6.7	7.2	12.0
	21	2	2.2	2.4	14.5
	22	1	1.1	1.2	15.7
	23	2	2.2	2.4	18.1
	24	1	1.1	1.2	19.3
	25	4	4.4	4.8	24.1
	26	2	2.2	2.4	26.5
	27	2	2.2	2.4	28.9
	28	4	4.4	4.8	33.7
	29	4	4.4	4.8	38.6
	30	8	8.9	9.6	48.2
	31	1	1.1	1.2	49.4
	32	2	2.2	2.4	51.8
	33	1	1.1	1.2	53.0
	34	2	2.2	2.4	55.4
	35	3	3.3	3.6	59.0
	36	4	4.4	4.8	63.9
	37	4	4.4	4.8	68.7
	38	4	4.4	4.8	73.5
	39	4	4.4	4.8	78.3
	40	8	8.9	9.6	88.0
	42	3	3.3	3.6	91.6

	43	2	2.2	2.4	94.0
	45	5	5.6	6.0	100.0
	Total	83	92.2	100.0	
Missing	System	7	7.8		
Total		90	100.0		

```
FREQUENCIES VARIABLES=UMUR
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

### Notes

Output Created		28-MAY-2018 23:43:06
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=UMUR /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

## Statistics

UMUR

N	Valid	83
	Missing	7
Mean		32.06
Std. Deviation		7.828
Variance		61.277

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	1.1	1.2	1.2
	19	3	3.3	3.6	4.8
	20	6	6.7	7.2	12.0
	21	2	2.2	2.4	14.5
	22	1	1.1	1.2	15.7
	23	2	2.2	2.4	18.1
	24	1	1.1	1.2	19.3
	25	4	4.4	4.8	24.1
	26	2	2.2	2.4	26.5
	27	2	2.2	2.4	28.9
	28	4	4.4	4.8	33.7
	29	4	4.4	4.8	38.6
	30	8	8.9	9.6	48.2
	31	1	1.1	1.2	49.4
	32	2	2.2	2.4	51.8
	33	1	1.1	1.2	53.0
	34	2	2.2	2.4	55.4
	35	3	3.3	3.6	59.0
	36	4	4.4	4.8	63.9
	37	4	4.4	4.8	68.7
	38	4	4.4	4.8	73.5
	39	4	4.4	4.8	78.3
	40	8	8.9	9.6	88.0
	42	3	3.3	3.6	91.6
	43	2	2.2	2.4	94.0

	45	5	5.6	6.0	100.0
	Total	83	92.2	100.0	
Missing	System	7	7.8		
Total		90	100.0		

```
FREQUENCIES VARIABLES=JK
/ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

### Notes

Output Created		28-MAY-2018 23:43:35
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=JK /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

### Statistics

JK

N	Valid	90
	Missing	0

**JK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	44	48.9	48.9	48.9
	P	46	51.1	51.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=PEKERJAAN  
/ORDER=ANALYSIS .

## Frequencies

**Notes**

Output Created		28-MAY-2018 23:44:01
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=PEKERJAAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

### Statistics

#### PEKERJAAN

N	Valid	90
	Missing	0

#### PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAINNYA	19	21.1	21.1	21.1
	MAHASISWA	5	5.6	5.6	26.7
	PEGAWAI/SWASTA	12	13.3	13.3	40.0
	PNS	13	14.4	14.4	54.4
	TNI/POLRI	5	5.6	5.6	60.0
	WIRASWASTA	36	40.0	40.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

```
COMPUTE x1=Q1 + Q2 + Q3 + Q4.  
VARIABLE LABELS x1 'keragaman'.  
EXECUTE.  
COMPUTE x2=Q5 + Q6 + Q7 + Q8.  
VARIABLE LABELS x2 'kualitas'.  
EXECUTE.  
COMPUTE y=Q9 + Q10 + Q11 + Q12 + Q13.  
VARIABLE LABELS y 'kepuasan'.  
EXECUTE.  
CORRELATIONS  
  /VARIABLES=x1 x2 y  
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG  
  /MISSING=PAIRWISE.
```

### Correlations

#### Notes

Output Created	28-MAY-2018 23:48:07
----------------	----------------------

Comments			
Input	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.	
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=x1 x2 y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time		00:00:00.05
	Elapsed Time		00:00:00.06

### Correlations

		keragaman	kualitas	kepuasan
keragaman	Pearson Correlation	1	.757**	.096
	Sig. (2-tailed)		.000	.366
	N	90	90	90
kualitas	Pearson Correlation	.757**	1	.087
	Sig. (2-tailed)	.000		.415
	N	90	90	90
kepuasan	Pearson Correlation	.096	.087	1
	Sig. (2-tailed)	.366	.415	
	N	90	90	90

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

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

## Correlations

### Notes

Output Created	28-MAY-2018 23:48:47	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.09

### Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4
Q1	Pearson Correlation	1	.684**	.717**	.590**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90
Q2	Pearson Correlation	.684**	1	.647**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90

Q3	Pearson Correlation	.717**	.647**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90
Q4	Pearson Correlation	.590**	.723**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

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

#### CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 x1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

## Correlations

#### Notes

Output Created	28-MAY-2018 23:49:13	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 x1 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02

## Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	keragaman
Q1	Pearson Correlation	1	.684**	.717**	.590**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q2	Pearson Correlation	.684**	1	.647**	.723**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q3	Pearson Correlation	.717**	.647**	1	.698**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q4	Pearson Correlation	.590**	.723**	.698**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
keragaman	Pearson Correlation	.862**	.877**	.880**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

## CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Q5 Q6 Q7 Q8 x2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

## Correlations

## Notes

Output Created	28-MAY-2018 23:49:50
Comments	
Input	Active Dataset DataSet1

	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Q5 Q6 Q7 Q8 x2 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.05

### Correlations

		Q5	Q6	Q7	Q8	kualitas
Q5	Pearson Correlation	1	.742**	.646**	.631**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q6	Pearson Correlation	.742**	1	.649**	.752**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q7	Pearson Correlation	.646**	.649**	1	.739**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Q8	Pearson Correlation	.631**	.752**	.739**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
kualitas	Pearson Correlation	.863**	.896**	.863**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

## Correlations

### Notes

Output Created		28-MAY-2018 23:50:22
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.08

### Correlations

		Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	kepuasan
Q9	Pearson Correlation	1	.278**	.256*	.083	.075	.624**
	Sig. (2-tailed)		.008	.015	.437	.482	.000

	N	90	90	90	90	90	90
Q10	Pearson Correlation	.278**	1	.343**	-.108	.017	.555**
	Sig. (2-tailed)	.008		.001	.313	.871	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Q11	Pearson Correlation	.256*	.343**	1	.172	.116	.674**
	Sig. (2-tailed)	.015	.001		.106	.275	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Q12	Pearson Correlation	.083	-.108	.172	1	.230*	.494**
	Sig. (2-tailed)	.437	.313	.106		.029	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Q13	Pearson Correlation	.075	.017	.116	.230*	1	.464**
	Sig. (2-tailed)	.482	.871	.275	.029		.000
	N	90	90	90	90	90	90
kepuasan	Pearson Correlation	.624**	.555**	.674**	.494**	.464**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

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

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

#### REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT y
/METHOD=ENTER x1 x2
/SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

## Regression

#### Notes

Comments	Input	Active Dataset	DataSet1
		Filter	<none>
		Weight	<none>
		Split File	<none>
		N of Rows in Working Data	90
		File	
Missing Value Handling		Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
		Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax			REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT y /METHOD=ENTER x1 x2 /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID) /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID.
Resources		Processor Time	00:00:01.97
		Elapsed Time	00:00:02.09
		Memory Required	3632 bytes
		Additional Memory Required for Residual Plots	664 bytes
Variables Created or Modified		RES_1	Unstandardized Residual

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
kepuasan	20.7333	2.16613	90

keragaman	17.5667	2.29337	90
kualitas	17.4111	2.43520	90

**Correlations**

		kepuasan	keragaman	kualitas
Pearson Correlation	kepuasan	1.000	.096	.087
	keragaman	.096	1.000	.757
	kualitas	.087	.757	1.000
Sig. (1-tailed)	kepuasan	.	.183	.207
	keragaman	.183	.	.000
	kualitas	.207	.000	.
N	kepuasan	90	90	90
	keragaman	90	90	90
	kualitas	90	90	90

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas, keragaman <sup>b</sup>	.	Enter

- a. Dependent Variable: kepuasan
- b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.099 <sup>a</sup>	.010	-.013	2.18018	.010	.428	2

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	87	.653	1.900

a. Predictors: (Constant), kualitas, keragaman

b. Dependent Variable: kepuasan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.073	2	2.036	.428	.653 <sup>b</sup>
	Residual	413.527	87	4.753		
	Total	417.600	89			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), kualitas, keragaman

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.038	1.848		10.301	.000
	keragaman	.067	.154	.071	.437	.663
	kualitas	.029	.145	.033	.203	.840

a. Dependent Variable: kepuasan

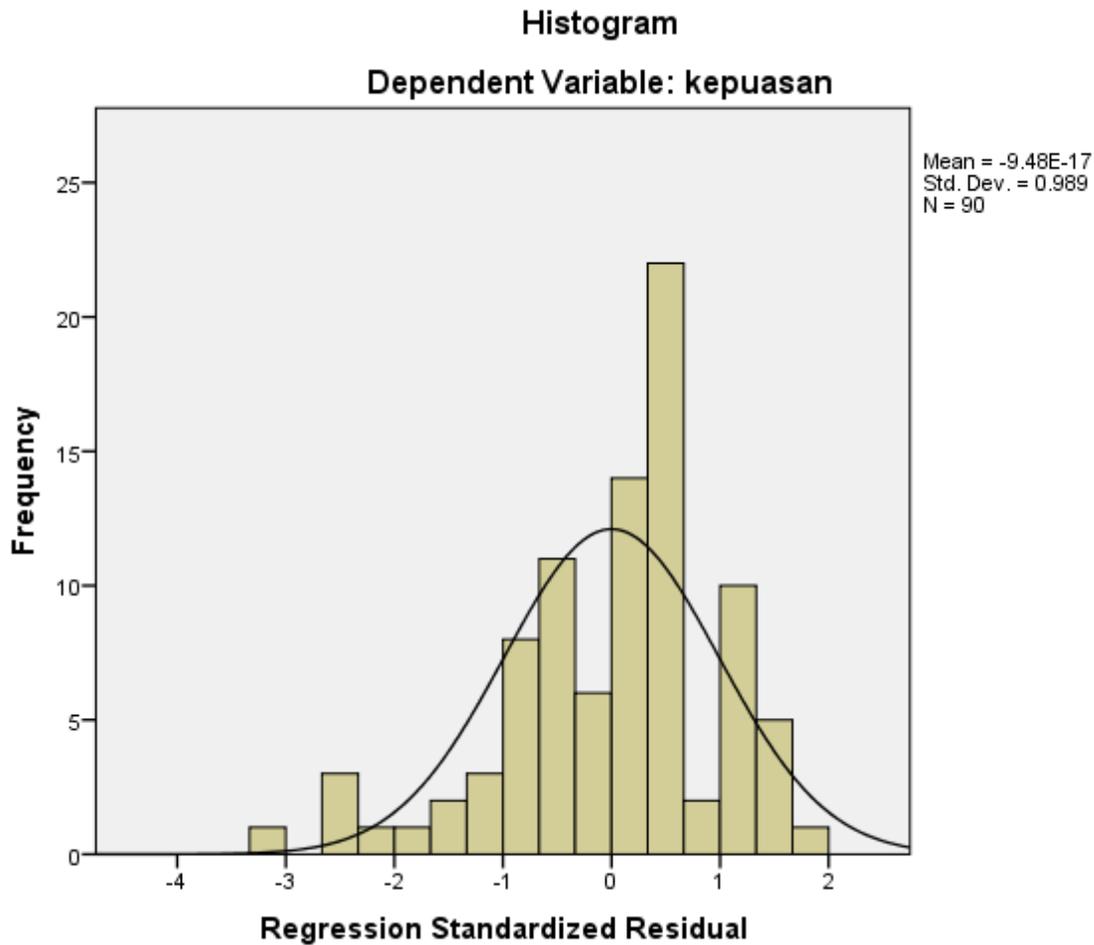
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20.1991	20.9735	20.7333	.21391	90
Std. Predicted Value	-2.498	1.123	.000	1.000	90
Standard Error of Predicted Value	.237	.990	.371	.145	90
Adjusted Predicted Value	20.1283	21.1048	20.7375	.23275	90
Residual	-6.74194	4.02655	.00000	2.15555	90
Std. Residual	-3.092	1.847	.000	.989	90
Stud. Residual	-3.140	1.871	-.001	1.003	90
Deleted Residual	-6.95267	4.13209	-.00419	2.21728	90

Stud. Deleted Residual	-3.316	1.899	-.006	1.021	90
Mahal. Distance	.059	17.372	1.978	2.688	90
Cook's Distance	.000	.103	.010	.018	90
Centered Leverage Value	.001	.195	.022	.030	90

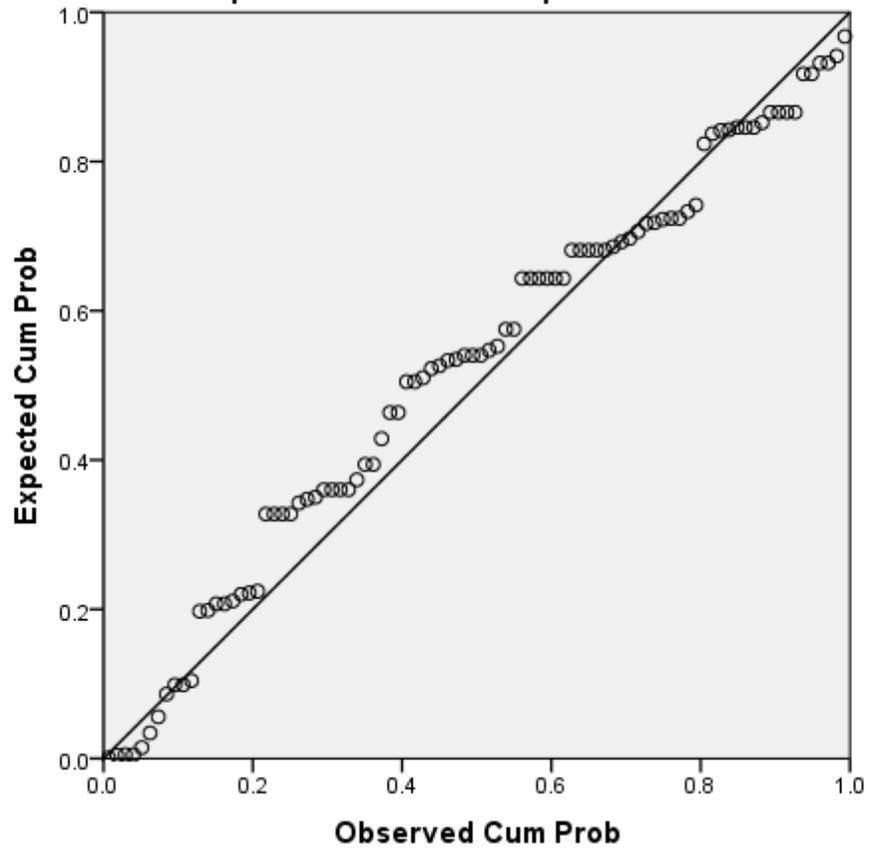
a. Dependent Variable: kepuasan

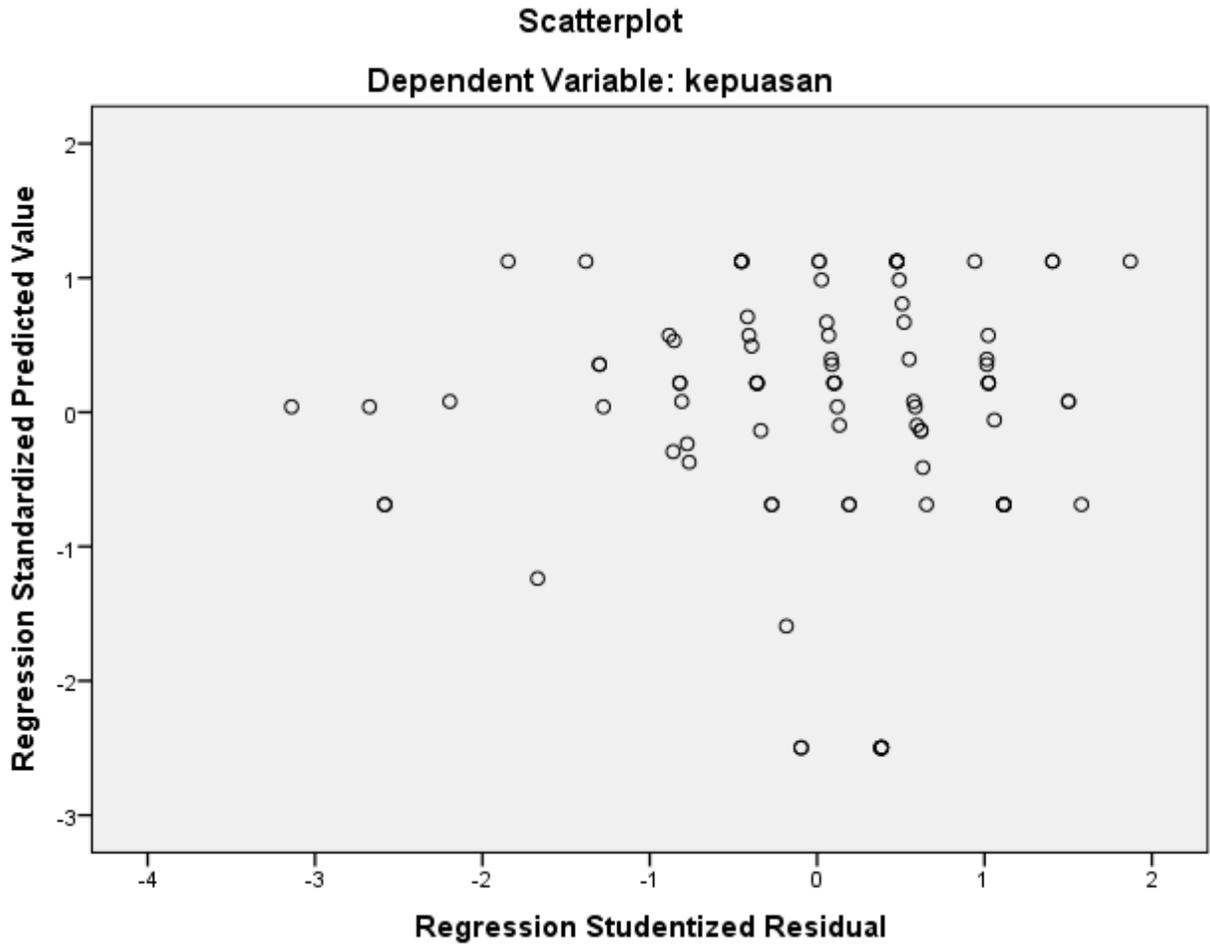
## Charts



# Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: kepuasan





```

GET DATA /TYPE=XLSX
  /FILE='E:\TITI\DAFTAR TABEL TITI.xlsx'
  /SHEET=name 'Sheet1'
  /CELLRANGE=full
  /READNAMES=on
  /ASSUMEDSTRWIDTH=32767.
EXECUTE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
COMPUTE X1=Q1 + Q2 + Q3 + Q4.
VARIABLE LABELS X1 'keragaman'.
EXECUTE.
COMPUTE X2=Q5 + Q6 + Q7 + Q8.
VARIABLE LABELS X2 'Kualitas'.
EXECUTE.
COMPUTE Y=Q9 + Q10 + Q11 + Q12 + Q13.
VARIABLE LABELS Y 'kepuasan'.
EXECUTE.
RELIABILITY
  /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 X1
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.

```

## Reliability

### Notes

Output Created		29-MAY-2018 05:15:49
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 X1 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet1]

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q5 Q6 Q7 Q8 X2
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Notes

Output Created		29-MAY-2018 05:16:27
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	90
	File	
Matrix Input		

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Q5 Q6 Q7 Q8 X2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Y
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Notes

Output Created	29-MAY-2018 05:16:56	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Y /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0

Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	90	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	6

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BNI SYARIAH CABANG  
PEMBANTU KECAMATAN SAPE KABUPATEN BIMA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**TITI HARDIANTI**

**105 250 194 14**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**1439 H / 2018 M**