

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan merupakan salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya di dunia ekonomi, oleh karena fungsinya sebagai pengumpul dana yang sangat berperan demi menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa.

Dalam memajukan perekonomian suatu negara peranan perbankan sangatlah besar. Semakin baik kondisi perbankan dalam suatu negara, semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara tersebut. (Sulhan & Siswanto, 2008, hlm. 3) Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. (Kasmir, 2014, hlm. 3)

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam menatalaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank yang dikenal sebagai bank konvensional merupakan bank yang menjalankan fungsinya menggunakan sistem bunga. Praktik pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah saw., yakni riba *nasī'ah*. Dengan demikian praktik pembungaan uang termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya, sesuai dengan firman Allah swt. Dalam Q.S Al-Baqarah/2: 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual belisama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (Departemen Agama Republik Indonesia, 2007, hlm. 47)

Perbankan syariah mulai diakui eksistensinya pada saat dikeluarkannya UU No.7 Tahun 1992 tentang Bank yang menerapkan konsep bagi hasil, meskipun tidak disebutkan secara jelas terkait prinsip syariahnya. Semenjak itu

Bank Muamalat yang merupakan bank syariah pertama mulai beroperasi di Indonesia. Eksistensi perbankan syariah semakin kuat setelah disahkannya UU No.10 Tahun 1998 sebagai amandemen dari UU No.7 Tahun 1992.

Islamic banking is currently practiced in more than 50 countries worldwide. In Iran, Pakistan, and Sudan, only Islamic banking is allowed. In other countries, such as Bangladesh, Egypt, Indonesia, Jordan, and Malaysia, Islamic banking co-exists with conventional banking.(Chong & Liu, 2008, hlm 125-126)

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional dengan sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.(Sadi, 2015, hlm. 13)

Dengan lahirnya Bank Syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil dapat memberikan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin dan dapat menghindari bunga pada bank-bank konvensional. (Sumitro, 2004, hlm. 55)

Peluang tersebut tidak hanya dirasakan oleh umat Islam saja, tetapi juga oleh umat non-muslim, karena Bank Syariah dinilai terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena dalam pengoperasiannya terkandung misi kebersamaan antara nasabah dengan bank. Selain itu, bank syariah dinilai mampu hidup berdampingan

secara serasi dan kompetisi secara sehat dan wajar dengan bank-bank konvensional yang telah ada, karena bank syariah tidak bersifat eksklusif untuk umat Islam saja, tetapi tidak ada larangan bagi umat non-Islam untuk melakukan hubungan dengan bank syariah.(Sumitro, 2004, hlm. 56)

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan sekarang ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan. Perkembangan perbankan syariah yang semakin pesat membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perbankan syariah dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Semakin ketatnya persaingan perbankan syariah mendorong perbankan syariah untuk cepat beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Selain itu, perbankan syariah harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah dan juga berusaha dalam memenuhi harapan nasabah.

Ketatnya persaingan ini menuntut bank untuk memiliki kemampuan dalam hal konsistensi penyampaian nilai kepada nasabah dan memberikan kepuasan guna mempertahankan nasabahnya. Hal ini disadari oleh bank bahwa dengan kemampuan inilah bank dapat mencegah nasabah untuk tidak berpindah tempat ke bank lainnya. Untuk mencapai kemampuan tersebut, bank akan melakukan berbagai macam upaya yang di antaranya yaitu dengan meningkatkan pelayanan yang diberikan, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas nilai yang telah diberikan nasabah terhadap bank.

Di era globalisasi ini, masyarakat sudah lebih selektif dalam memilih bank mana yang akan menjadi tempatnya dalam melakukan transaksi keuangan.

Dengan kenyataan seperti ini, bank dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam hal produknya dan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas, akan dengan mudah ditinggalkan dan akhirnya nasabah beralih ke bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut, tentunya perusahaan atau bank akan mengutamakan harga yang tepat, kualitas produk yang layak dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah. Menurut Cadotte, et al. (1987) mendefinisikan kepuasan pelanggan atau nasabah sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk dan jasa. (Tjiptono, 2014, hlm. 353) Kepuasan nasabah sangat penting dan bernilai bagi bank syariah untuk mempertahankan para nasabahnya. Jika suatu bank tidak mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya, maka akan menimbulkan masalah dan sangat berisiko untuk bank itu sendiri. Ketidakpuasan nasabah akan menyebabkan komplain, *gethok tular negatif* (penyebaran berita negatif dari mulut ke mulut), dan yang lebih parah lagi menyebabkan nasabah berpindah ke bank lain.

Bank sudah semestinya harus berorientasi pada nasabah, agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan pada nasabah akan membangun kesetiaan pada nasabah dan akhirnya dapat menciptakan hubungan yang erat antara bank dengan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap bank berusaha mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan kepuasan para nasabahnya.

Pelayanan prima merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam dunia perbankan syariah, karena pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik/terbaik atau pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan.

Keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan enam faktor yang sering disebut A6, yaitu *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), dan *accountability* (tanggung jawab).(Rusydi, 2017, hlm. 75)

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Produk atau jasa yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan nasabah dapat diperbaiki. Keinginan nasabah yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat nasabah menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Peningkatan kualitas produk termasuk hal yang sangat penting, dengan demikian produk bank semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan, maka perusahaan atau bank tersebut dapat memuaskan para nasabah dan dapat juga menambah jumlah nasabahnya.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah selain pelayanan dan kualitas produk adalah nilai pelanggan atau nasabah. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Nilai pelanggan atau nasabah menurut Zeithaml (1988) adalah penilaian keseluruhan pelanggan terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. (Tjiptono, 2014, hlm. 308)

PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 merupakan salah satu bank yang bergerak menggunakan prinsip syariah dan selalu memberikan yang terbaik agar dapat bertahan dalam dunia perbankan Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 menjadikan kepuasan nasabah sebagai prioritas utamanya dalam mempertahankan nasabahnya. Untuk mempertahankan nasabahnya, PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 menerapkan pelayanan yang terbaik kepada semua nasabahnya tanpa terkecuali dan selalu mempertahankan serta meningkatkan kualitas dari produknya. Dalam hal pelayanan yang dilakukan seperti *customer service*, *teller*, pemasar, satpam, dan lain-lain ada standar yang mengaturnya yaitu *service level agreement*.

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang nasabah sering kali melihat nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dalam menggunakan produk ataupun jasa yang disediakan oleh bank. Besarnya nilai lebih yang diberikan oleh sebuah produk (jasa) kepada nasabah tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seorang nasabah menentukan pilihannya. Nasabah pada dasarnya mencari nilai terbesar yang

diberikan suatu produk (jasa). Maka dari itu PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 harus meningkatkan nilai terhadap nasabah dengan memiliki produk unggul yang berkualitas dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Dengan memperhatikan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok masalah yang akan dirumuskan yaitu:

1. Apakah pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1?
2. Apakah pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan serta rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh secara simultan pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.
2. Pengaruh secara parsial pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis
 - a. Bahan kajian studi ilmiah dalam disiplin ilmu perbankan, khususnya dalam perbankan syariah, sehingga diharapkan memberikan wawasan keilmuan dari aspek perbankan syariah.
 - b. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda.

2. Manfaat Secara Praktis

- a) Bagi penulis sebagai bahan untuk mengembangkan, menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan di bidang lembaga keuangan terutama pada perbankan syariah dan meningkatkan pola pikir ilmiah.
- b) Bagi PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja operasional pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1, serta hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kajian dan pengetahuan.
- c) Bagi UIN Antasari Banjarmasin sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah keilmuan dan karya ilmiah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kekeliruan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis akan memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian dalam definisi operasional sebagai berikut:

1. Pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik/terbaik atau pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku /dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan.(Rusydi, 2017, hlm. 73) Pelayanan prima dalam penelitian ini adalah *ability, attitude, appearance, attention, action,*

dan *accountability* karyawan PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.

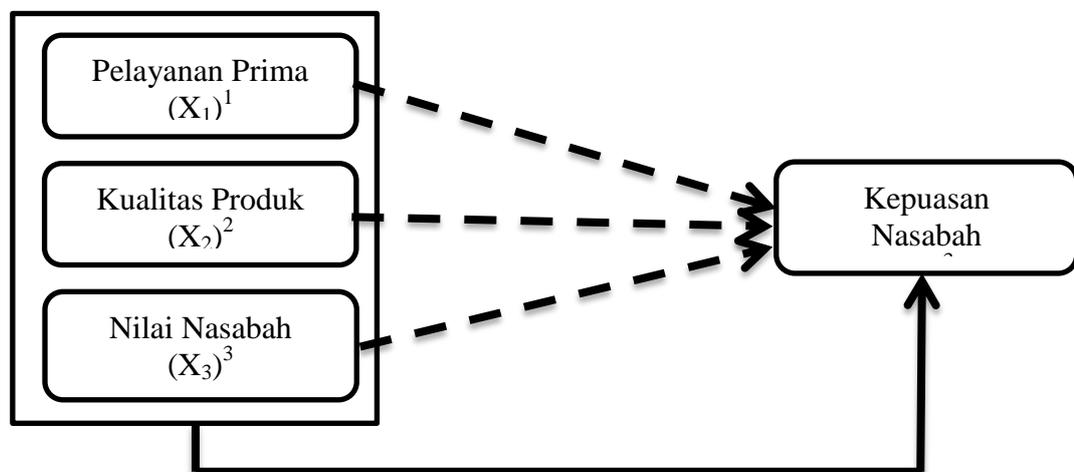
2. Kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. (Mowen & Minor, 2002, hlm. 90) Kualitas produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah *performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, fit and finish* dari produk dan jasa yang ditawarkan PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.
3. Nilai pelanggan merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. (Kotler & Armstrong, 1997, hlm. 10) Nilai pelanggan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah *emotional value, social value, quality/performance value*, dan *price/value for money* nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.
4. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Kotler & Keller, 2018, hlm. 177) Sedangkan, nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. (Kasmir, 2015, hlm. 202) Dalam hal ini kepuasan yang dimaksud adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, penulis menggambarkan regresi sistematis antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y.

Bagan I

Diagram Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen



Keterangan:

-  : Tanda pengaruh simultan
 : Tanda pengaruh parsial

Sumber:

¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, 2010.

²Nurul Huda dkk., *Pemasaran Syariah; Teori dan Aplikasi*, 2017.

³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, 2014.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. (Sugiyono, 2014, hlm. 64) Hipotesis merupakan jawaban sementara yang digunakan penulis dalam penelitian yang masih harus diuji terlebih dahulu

kebenarannya. Setelah diuji, maka penulis akan menarik kesimpulan, apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak.

Adapun perumusan H_0 dan H_a adalah sebagai berikut:

1. H_0 = Pelayanan prima tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Pelayanan prima memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

2. H_0 = Kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan.

H_a = Kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

3. H_0 = Nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Nilai pelanggan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

4. H_0 = Pelayanan prima, kualitas produk dan nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Pelayanan prima, kualitas produk dan nilai pelanggan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang penulis teliti. Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian terlebih dahulu, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan apa yang penulis teliti, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan Teguh Wijaya Kusuma (1001160277), 2014, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Antasari, dengan judul “Perbandingan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* antara PT. Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin”. Hasil menunjukkan bahwa variabel pelayanan yang terdiri dari daya tanggap/kesigapan, keandalan, jaminan, perhatian, dan kemampuan fisik berpengaruh secara simultan terhadap volume kepuasan nasabah pada PT. Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin sesuai dengan uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,483 > 2,427$) dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin sesuai dengan uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,328 > 2,427$). Variabel perhatian X_4 menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh secara parsial terhadap volume kepuasan pada bank PT. Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin dengan uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,952 < 2,015$) dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin adalah variabel jaminan X_3 sesuai dengan uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,511 > 2,015$). Persamaan penelitian yang dilakukan Teguh Wijaya Kusuma dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah. Sedangkan

perbedaan dengan penelitian ini terletak pada perbedaan variabel yang penulis teliti yaitu variabel pelayanan prima, kualitas produk, nilai pelanggan.

2. Penelitian yang dilakukan Firman (1301160368), 2017, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Antasari, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada Produk Simpanan Pelajar iB (SimPel iB) BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.” Hasil menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari dimensi *performance* (X_1), *features* (X_2), *reliability* (X_3), *conformance to specification* (X_4), *durability* (X_5), *serviceability* (X_6), *asthetic* (X_7), dan *perceived quality* (X_8). Secara simultan berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SimPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,959 > 2,04$) dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara parsial hanya ada satu dimensi yang berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SimPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu dimensi *perceived quality* (X_8) hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,296 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,66177 dan tingkat signifikansi 0,024 lebih kecil dari 0,05. Dimensi yang paling dominan berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SimPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu dimensi *perceived quality*

(X_8) hal ini dapat dilihat dari uji t dari nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yaitu dimensi *perceived quality* (X_8) sebesar 0,299 hal ini karena kualitas yang dirasakan konsumen merupakan kualitas produk yang terbentuk dari citra dan reputasi produk yang bersangkutan. Persamaan penelitian yang dilakukan Firman dengan penulis yaitu variabel kualitas produk merupakan salah satu variabel yang penulis teliti. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel Y dan ada tambahan variabel X yaitu variabel pelayanan prima dan nilai pelanggan.

3. Penelitian yang dilakukan Ahmad Riza (1401160395), 2018, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari, dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna *e-Banking* pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.” Hasil menunjukkan bahwa semua variabel *e-Banking*, yaitu *visibility*, *trust*, *service*, *reliability*, *security*, *ease of use* dan *subjective norm* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dilihat dari nilai F_{hitung} 37,104 dimana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,072 ($37,104 > 2,072$), nilai signifikansi F 0,000, nilai ini lebih kecil dari nilai α 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel bebas yang paling berpengaruh secara parsial adalah variabel *subjective norm* (X_7), ini dapat dilihat dari nilai H_a sebesar 2,559 lebih besar dari nilai H_o yaitu sebesar 1,666 serta dilihat dari hasil terendah *significance* sebesar 0,013. Persamaan penelitian yang dilakukan Ahmad Riza dengan penulis yaitu variabel Y (kepuasan nasabah). Sedangkan

perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel X, variabel penelitian dari Ahmad Riza yaitu *visibility, trust, service, reliability, security, ease of use* dan *subjective norm*, variabel yang penulis teliti yaitu pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah:

Bab pertama pendahuluan, pada bagian ini penulis mengungkapkan alasan dalam permasalahan yang diteliti pada latar belakang masalah, kemudian dibuat rumusan masalah berdasar pada latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya dan ditetapkan pula tujuan penelitian, serta signifikansi penelitian. Definisi operasional dikemukakan agar para pembaca tidak salah dalam memahami judul penelitian dan terdapat pengkhususan terhadap penelitian yang digunakan. Dalam kerangka pemikiran, penulis menggambarkan regresi sistematis antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y. Setelah itu, ada hipotesis penelitian yang berisi jawaban sementara terhadap masalah penelitian, di mana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Terakhir, penulis menjabarkan beberapa penelitian terdahulu pada kajian pustaka dan diakhiri dengan bagian-bagian dalam penelitian secara berurutan pada sistematika penulisan.

Bab kedua landasan teori, bagian ini berisi kerangka konseptual yang dimanfaatkan peneliti sebagai pemandu penelitian di lapangan. Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti teori tentang pelayanan prima, teori tentang kualitas produk, teori tentang nilai pelanggan, dan teori tentang kepuasan pelanggan.

Bab ketiga metode penelitian, yang menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibutuhkan metode penelitian yang berisi jenis, pendekatan dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber, teknik pengumpulan data, skala pengukuran dan teknik pengolahan data, kemudian setelah itu data dianalisis dengan teknik analisis data tertentu, dan untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir, maka dibuatlah sistematika tahapan penelitian.

Bab keempat hasil penelitian, yaitu laporan hasil penelitian yang berisi tentang profil perusahaan serta penyajian data dan analisis data tentang pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1.

Bab kelima penutup, yang memuat simpulan dan saran-saran. Simpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bab pendahuluan. Bagian ini berisi pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Saran-saran memuat beberapa implikasi penelitian yang dapat

diajukan kepada lembaga yang relevan dan terkait langsung dengan pemecahan masalah dalam skripsi.