

ABSTRAK

Darajatun Hasanah. 2025, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Pembiayaan KPR Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., Pembimbing II: Yusuf Asyabri, SE. ME.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

Penelitian ini dilatarbelakangi ketatnya persaingan dalam industri perbankan syariah untuk selalu meningkatkan kualitas produk, layanan, dan penawaran harga yang kompetitif ini dikarenakan nasabah semakin selektif dalam pemilihan produk yang ingin digunakan. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting bagi keberlangsungan perusahaan. Namun, pada praktiknya masih ditemukan keluhan nasabah terkait layanan yang diberikan salah satunya pada pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Hal ini menunjukkan adanya potensi masalah yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan KPR pada Bank BTN Syariah Banjarmasin baik secara parsial maupun simultan.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh nasabah KPR BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang berjumlah 14.000 nasabah. Sampel penelitian ditetapkan sebanyak 100 nasabah. Penarikan sampel dilakukan dengan menyebar kuesioner berbentuk *google form*. Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari responden. Data yang terkumpul dianalisis dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan KPR pada BTN Syariah Banjarmasin. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.