

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah

sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru

Bank Syariah Indonesia memiliki Visi yaitu menjadi *Top 10 Global Islamic Bank* (10 Bank Syariah Global Teratas). Dan mempunyai misi yaitu:

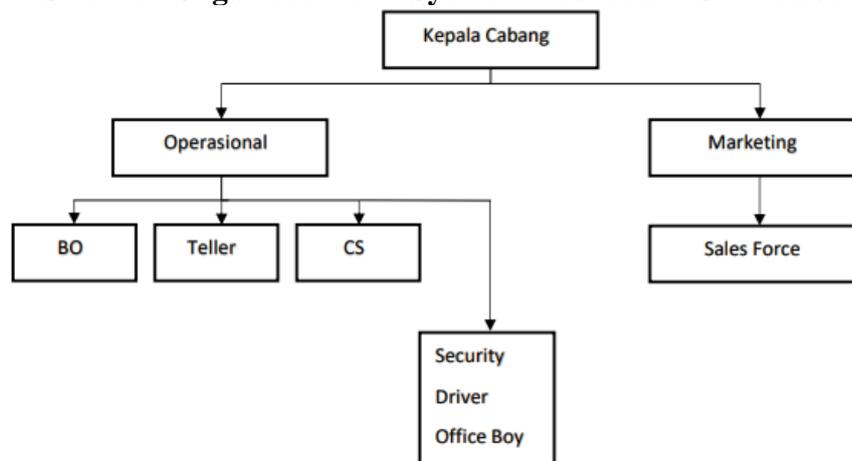
- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 Juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan

masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan fungsional yang mengatur tanggung jawab dan kewenangan setiap personil di dalam melakukan tugas dan atau pekerjaan yang akan dikerjakan sekaligus menunjukkan ketegasan dan batas tanggung jawab masing-masing personil. Dengan demikian setiap personil mempunyai tanggung jawab yang berbeda. Berdasarkan fungsi tersebut, suatu organisasi akan berjalan dengan struktur organisasi yang telah ada, sedangkan baik buruknya tata laksana operasional bank tergantung pada struktur organisasi.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru



Sumber: *Diolah*, 2022

Job description:

Tabel 4.1
Nama, Jabatan, dan Tugas Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru

No.	Nama	Jabatan	Tugas
1.	Rachman Zulkarnain	Kepala Cabang (Branch Manajer)	General Office Responsibility
2.	Aidi Rahman dan Aprianadi	Back Office	Maintaining Records and Data Management
3.	Novianti Adhelia Putri	Teller	Cash and Fund Maintance, FIFO
4.	Eni Mariana Purnama Yulianti	Customer Service	Account Maintance, Service, Complaint Handling
5.	Rizky Ali Wicaksono dan Yordan Ramon	Relationship Manager Marketing	Credit Maintance, Increasing Brand Awareness and Market Share
7.	Ely Rahmawati Fahrul Rahman Kiky Rizky Amalia	Sales Force	Provide Custom Solutions for Specific Bussiness Requirements
6.	Shodiq H. dan M. Saipullah	Security	Provide exceptional customer service
7.	Rahman	Driver	Transport Client and/or Packages to and from destinations
8.	Wahyu Hidayat	Office boy	Cleaning, Getting the mail or fetching coffee and lunches

Sumber: *Diolah*, 2022

4. Produk-produk Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru menggunakan prinsip-prinsip syaria'ah. Prinsip utama Bank Syariah Indonesia adalah pada tata cara ketentuan pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, relisasi imbalan yang diterima nasabah akan berbeda setiap bulannya tergantung pendapatan hasil investasi yang dilakukan Bank pada bulan tersebut.

Macam-macam produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru:

- a. Individu, terdiri dari:
 - 1) Tabungan
 - 2) Haji dan Umroh
 - 3) Pembiayaan
 - 4) Investasi
 - 5) Transaksi
 - 6) Emas
 - 7) Bisnis / Wirausaha
 - 8) Prioritas
- b. Perusahaan, terdiri dari:
 - 1) Services
 - 2) Pembiayaan
 - 3) Cash Management
 - 4) Tresuri

Untuk produk yang paling sering digunakan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru saat ini adalah produk pembiayaan yaitu: KPR Griya, Pensiun Berkah, Pra Pensiun Berkah, Mitra Guna, dan BSI OTO. (Hasil wawancara bersama Bapak Rizky bagian Tim Marketing BSI KCP Kotabaru. Selasa, 15 Maret 2022).

5. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode teknik *Accidental Sampling*, dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi secara jelas dan memudahkan peneliti untuk memilih sampel mana yang layak untuk dijadikan sumber data. Sehingga total sampel yang ditentukan berjumlah 100 orang.

6. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru), maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden penelitian menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 Sebagai berikut.

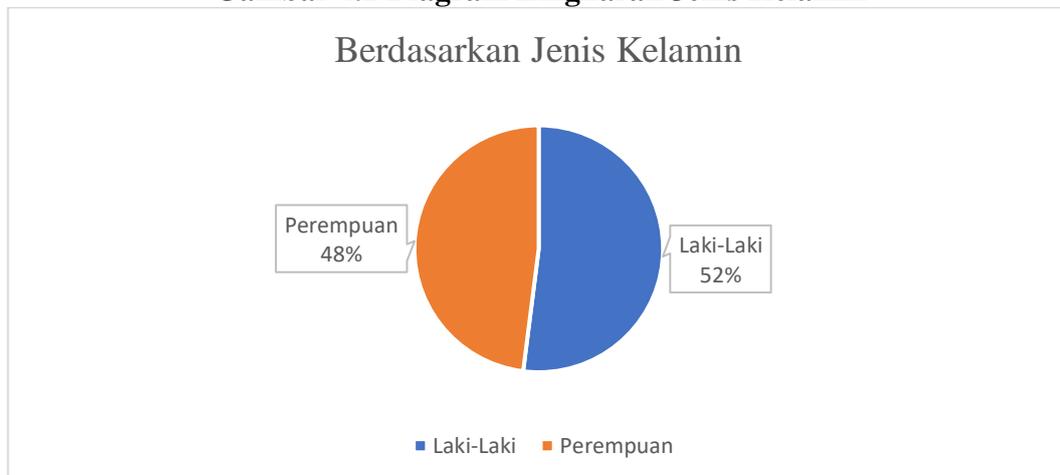
Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	52	52%
2.	Perempuan	48	48%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Lebih jelasnya presentase frekuensi jenis kelamin ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dibawah ini.

Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin



Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa nasabah yang paling banyak melakukan transaksi adalah nasabah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 52 orang (52%), namun perbandingannya tidak terlalu jauh dengan nasabah perempuan yaitu sebesar 48 orang (48%). Artinya baik laki-laki ataupun perempuan dalam hal ini memerlukan Bank Syariah Indonesia dalam melakukan aktivitas nya yang berhubungan dengan keuangan.

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Karakteristik responden penelitian menurut umur dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

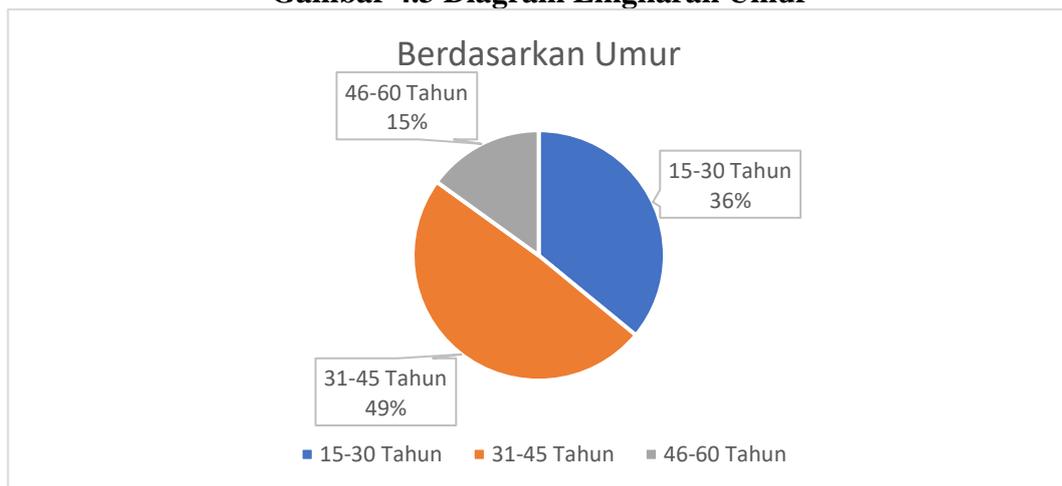
Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan umur

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	15-30 Tahun	36	36%
2.	31-45 Tahun	49	49%
3.	46-60 Tahun	15	15%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Lebih jelasnya presentase frekuensi berdasarkan umur ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.

Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Umur



Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa frekuensi responden yang diteliti umur 15-30 tahun berjumlah 36 Orang (36%). Responden umur 31-45 tahun sebanyak 49 orang (49%), responden umur 46-60 tahun sebanyak 15 orang (15%). Fenomena ini menjelaskan bahwa

sebagian besar responden berusia sedang yaitu berkisar 31-45 tahun, biasanya pada ketika usia itu orang-orang cenderung sudah sibuk bekerja dan produktif sehingga mereka sangat membutuhkan lembaga keuangan untuk mengatur keuangan mereka.

c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

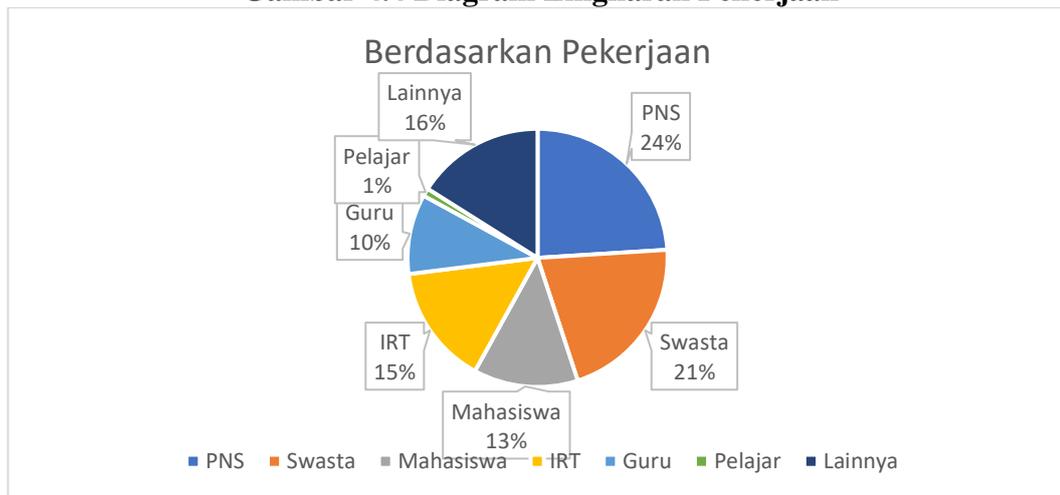
Karakteristik responden penelitian menurut pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persenan (%)
1.	Pelajar	1	1%
2.	Mahasiswa	13	13%
3.	PNS / ASN	24	24%
4.	Swasta	21	21%
5.	Guru	10	10%
6.	IRT	15	15%
7.	Lainnya	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis pekerjaan ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dibawah ini.

Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Pekerjaan

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa sebanyak 26% Responden mempunyai pekerjaan Pegawai Negeri Sipil, 21% Responden mempunyai pekerjaan Swasta, 15% Responden mempunyai pekerjaan Ibu Rumah Tangga. 13% Responden berstatus sebagai Mahasiswa, 10% Responden mempunyai pekerjaan Guru, 1% Responden berstatus Pelajar, dan 16% Responden mempunyai pekerjaan lainnya seperti pedagang, promotor, perawat, dll.

A. Penyajian Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul dari berbagai sumber, dalam bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu.

Penelitian ini didasarkan pada angket yang disebar di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data

yang diperoleh, yaitu melalui analisis variabel-variabel independen berupa kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap variabel dependen berupa tingkat kepuasan nasabah. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan computer melalui program SPSS Statistic. Berikut ini deskripsi *statistic* berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS Statistic.

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 16 soal dan dibagi dalam 3 kategori yaitu:

- a. 5 Soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk (X1).
- b. 6 Soal digunakan untuk mengetahui tentang penerapan nilai Islam (X2).
- c. 5 Soal digunakan untuk mengetahui tentang tingkat kepuasan nasabah (Y).

Adapun hasil dari jawaban responden yang diperoleh peneliti akan dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5
Pengaruh Kualitas Produk (X₁)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	18%	74	74%	8	8%	0	0%	0	0%
2	14	14%	66	66%	18	18%	2	2%	0	0%
3	15	15%	71	71%	14	14%	0	0%	0	0%
4	40	40%	58	58%	2	2%	0	0%	0	0%
5	55	55%	44	55%	0	0%	1	1%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Tabel 4.6
Penerapan Nilai Islam (X_2)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	33	33%	66	66%	1	1%	0	0%	0	0%
2	15	15%	73	73%	12	12%	0	0%	0	0%
3	38	38%	55	71%	7	7%	0	0%	0	0%
4	43	40%	48	48%	9	9%	0	0%	0	0%
5	49	49%	48	48%	2	2%	0	0%	0	0%
6	46	46%	53	48%	1	1%	0	0%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

Tabel 4.7
Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	46	46%	53	53%	1	1%	0	0%	0	0%
2	55	55%	42	42%	3	3%	0	0%	0	0%
3	35	35%	60	60%	3	3%	2	2%	0	0%
4	38	38%	59	59%	3	3%	0	0%	0	0%
5	19	19%	52	52%	29	29%	0	0%	0	0%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022.

a. Variabel Kualitas Produk

1) Indikator *Conformance*

Tabel 4.8
Tanggapan Responden tentang BSI KCP Kotabaru menawarkan produk sesuai dengan isi dan tampilannya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	74	74%
3	Ragu-ragu	8	8%

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang produk yang sesuai antara isi dan tampilannya adalah setuju dengan jumlah 74 responden (74%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 18 responden (18%), dan jawaban ragu-ragu dengan 8 responden (8%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa produk yang ditawarkan BSI KCP Kotabaru sesuai antara isi dan tampilannya (sesuai dengan prinsip syariah).

2) Indikator *Durability*

Tabel 4.9
Tanggapan Responden tentang produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terhadap nilai syariahnya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	66	66%
3	Ragu-ragu	18	18%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terjamin nilai syariahnya adalah setuju dengan jumlah 66 responden (66%), kemudian jawaban ragu-ragu dengan 18 responden (18%), dan jawaban sangat setuju dengan 8 responden (14%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terjamin nilai syariahnya. Walaupun ada sebagian nasabah ragu-ragu dengan hal ini dikarenakan mereka mengatakan kurang mengerti tentang hal tersebut.

3) Indikator *Features*

Tabel 4.10
Tanggapan Responden tentang produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terjamin karena memiliki sertifikat halal

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	71	71%
3	Ragu-ragu	14	14%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terjamin karena memiliki setifikat halal adalah setuju dengan jumlah 71 responden (71%), kemudian jawaban sangat setuju

dengan 15 responden (15%), dan jawaban ragu-ragu dengan 14 responden (14%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru terjamin karena memiliki sertifikat halal dari MUI / DPS.

4) Indikator *Performance*

Tabel 4.11
Tanggapan Responden tentang performa produk BSI KCP
Kotabaru khas dengan nilai syariahnya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	40	40
2	Setuju	58	58
3	Ragu-ragu	2	2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang performa produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru khas dengan nilai syariahnya adalah setuju dengan jumlah 58 responden (58%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 40 responden (40%), dan jawaban ragu-ragu dengan 2 responden (2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa performa produk yang dimiliki BSI KCP Kotabaru khas dengan nilai syariahnya.

5) Indikator *Service Ability*

Tabel 4.12
Tanggapan Responden tentang pelayanan dari BSI KCP
Kotabaru yang cepat dan sopan

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	44	44%
3	Ragu-ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang pelayanan dari BSI KCP Kotabaru yang cepat dan sopan adalah sangat setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 44 responden (44%), dan jawaban tidak setuju dengan 1 responden (1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa pelayanan dari BSI KCP Kotabaru yang cepat dan sopan.

b. Variabel Penerapan Nilai Islam

1) Indikator Jaminan

Tabel 4.13
Tanggapan responden tentang BSI KCP Kotabaru
bertanggung jawab kepada semua nasabahnya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	33	33%

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
2	Setuju	66	66%
3	Ragu-ragu	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru bertanggung jawab terhadap nasabahnya adalah setuju dengan jumlah 66 responden (66%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 33 responden (33%), dan jawaban ragu-ragu dengan 1 responden (1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru bertanggung jawab terhadap nasabahnya yang tidak mampu membayar.

2) Indikator Persaingan Sehat

Tabel 4.14
Tanggapan responden tentang BSI KCP Kotabaru bersaing secara sportif dalam mencari nasabah

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	73	73%
3	Ragu-ragu	12	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru bersaing secara sportif dalam mencari nasabah adalah setuju dengan jumlah 73 responden (73%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 15 responden (15%), dan jawaban ragu-ragu dengan 12 responden (12%).. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru mampu bersaing secara sportif dalam mencari nasabah.

3) Indikator Prinsip Keadilan

Tabel 4.15
Tanggapan responden tentang penerapan bagi hasil di BSI KCP Kotabaru

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	55	55%
3	Ragu-ragu	7	7%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang penerapan bagi hasil di BSI KCP Kotabaru adalah setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 38 responden (38%), dan jawaban ragu-ragu dengan 7 responden (7%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru menerapkan sistem bagi hasil sehingga nasabah nyaman dan percaya kepada BSI KCP Kotabaru.

4) Indikator Prinsip Kesederajatan

Tabel 4.16
Tanggapan responden tentang BSI KCP Kotabaru
memberlakukan nasabah seperti keluarga

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	48	48%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru memberlakukan nasabah seperti keluarga sendiri adalah setuju dengan jumlah 48 responden (48%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 43 responden (43%), dan jawaban ragu-ragu dengan 9 responden (12%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP memberlakukan nasabah seperti keluarga sendiri.

5) Indikator Prinsip Ketentraman

Tabel 4.17
Tanggapan responden tentang BSI KCP Kotabaru
memberikan ketentraman dalam pelayanannya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	49	49%
2	Setuju	48	48%
3	Ragu-ragu	2	2%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru memberikan ketentraman dalam pelayanannya adalah sangat setuju dengan jumlah 49 responden (49%), kemudian jawaban setuju dengan 48 responden (48%), dan jawaban ragu-ragu dengan 2 responden (2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa BSI KCP Kotabaru mampu memberikan ketentraman dalam pelayanannya.

6) Indikator Akad Syariah

Tabel 4.18
Tanggapan responden tentang penerapan Akad Syariah di
BSI KCP Kotabaru

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	46	46%

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
2	Setuju	53	53%
3	Ragu-ragu	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang penerapan akad syariah BSI KCP Kotabaru adalah setuju dengan jumlah 53 responden (53%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 46 responden (46%), dan jawaban ragu-ragu dengan 1 responden (1%),. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru menerapkan akad sesuai dengan syariat islam dan jenis transaksi yang dilakukan.

c. Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah

1) Indikator *Assurance*

Tabel 4.19
Tanggapan responden tentang pegawai BSI KCP Kotabaru memiliki pegawai yang kompeten

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	46	46%
2	Setuju	53	53%
3	Ragu-ragu	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru memiliki pegawai yang kompeten adalah setuju dengan jumlah 53 responden (53%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 46 responden (46%), dan jawaban ragu-ragu dengan 1 responden (1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru memiliki pegawai yang mempunyai wawasan, kemampuan, dan keramahan sehingga nasabah merasa puas dan tidak ragu berhubungan dengan BSI KCP Kotabaru.

2) Indikator *Empathy*

Tabel 4.20
Tanggapan responden tentang pelayanan yang diberikan BSI KCP Kotabaru membuat nasabah merasa dihargai

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	42	42%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang pelayanan yang diberikan BSI KCP Kotabaru membuat nasabah merasa dihargai adalah sangat setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban setuju dengan 42 responden (42%), dan jawaban ragu-ragu dengan 3 responden (3%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa BSI KCP Kotabaru memberikan pelayanan yang membuat nasabahnya merasa senang karena selalu dihargai sehingga permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan baik.

3) Indikator *Reliability*

Tabel 4.21
Tanggapan responden tentang BSI KCP Kotabaru
memberikan pelayanan yang cepat

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	60	60%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang BSI KCP Kotabaru memberikan pelayanan yang cepat adalah setuju dengan jumlah 60 responden (60%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 35 responden (35%),

jawaban ragu-ragu dengan 3 responden (3%), dan jawaban tidak setuju dengan 2 responden (2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.

4) Indikator *Responsiveness*

Tabel 4.22
Tanggapan responden tentang pegawai BSI KCP Kotabaru mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	59	59%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang pegawai BSI KCP Kotabaru mengerti apa yang dibutuhkan nasabahnya adalah setuju dengan jumlah 59 responden (59%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 38 responden (38%), dan jawaban ragu-ragu dengan 3 responden (3%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pegawai BSI KCP Kotabaru mampu memberikan pelayanan yang bagus sehingga dapat mengerti atau memahami apa yang dibutuhkan nasabahnya.

5) Indikator *Tangibels*

Tabel 4.23
Tanggapan responden tentang kelengkapan fasilitas BSI
KCP Kotabaru

No.	Jawaban	F	Persentase(%)
1	Sangat Setuju	19	19%
2	Setuju	52	52%
3	Ragu-ragu	29	29%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang kelengkapan fasilitas BSI KCP Kotabaru adalah setuju dengan jumlah 52 responden (52%), kemudian jawaban ragu-ragu dengan 29 responden (29%), dan jawaban sangat setuju dengan 19 responden (19%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa BSI KCP Kotabaru memiliki fasilitas yang lengkap sehingga membuat nasabah nyaman melakukan setiap transaksi. Adapun alasan mengapa sebagian nasabah memilih jawaban ragu-ragu dikarenakan mereka merasa BSI KCP Kotabaru masih perlu menambah fasilitas nya, terutama mesin ATM, dan kursi untuk mengantri di bank, dengan alasan nasabah BSI KCP Kotabaru sekarang sudah semakin banyak sehingga harus diimbangi juga dengan fasilitas yang memadai.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Nughroho (2015), Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* atau r_{hitung} masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan. Dibawah ini akan disajikan nilai *Corrected Item-Total Statistic* atau r_{hitung} dari setiap instrumen variabel penelitian.

Tabel 4.24
Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_1)

No.	Indikator (X_1)	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} $\alpha = 5\%$	Status
1	<i>Conformance</i>	0,509	0,196	Valid
2	<i>Durability</i>	0,347	0,196	Valid
3	<i>Features</i>	0,423	0,196	Valid
4	<i>Performance</i>	0,321	0,196	Valid
5	<i>Service Ability</i>	0,207	0,196	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Tabel 4.25
Uji Validitas Instrumen Penerapan Nilai Islam (X_2)

No.	Indikator (X_2)	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} $\alpha = 5\%$	Status
1	Jaminan	0,245	0,196	Valid
2	Persaingan Sehat	0,229	0,196	Valid
3	Prinsip Keadilan	0,438	0,196	Valid
4	Prinsip Kesedarajatan	0,473	0,196	Valid
5	Prinsip Ketentraman	0,513	0,196	Valid
6	Akad Syariah	0,326	0,196	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Tabel 4.26
Uji Validitas Instrumen Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Indikator (Y)	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} $\alpha = 5\%$	Status
1	<i>Assurance</i>	0,383	0,196	Valid
2	<i>Empathy</i>	0,428	0,196	Valid
3	<i>Reliability</i>	0,464	0,196	Valid
4	<i>Responsiveness</i>	0,269	0,196	Valid
5	<i>Tangibels</i>	0,393	0,196	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Berdasarkan tabel-tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan pada variabel kualitas produk (X_1), penerapan nilai Islam (X_2), dan tingkat kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih $> r_{tabel} = 0,196$. Berarti dapat disimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan pada semua variabel adalah Valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014: 192), kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dibawah ini akan disajikan nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel.

Tabel 4.27
Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk (X_1)

Cronbach's Alpha	N of Items	Min α	Status
0,607	5	0,6	Reliabel

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Tabel 4.28
Uji Reliabilitas Instrumen Penerapan Nilai Islam (X_2)

Cronbach's Alpha	N of Items	Min α	Status
0,640	6	0,6	Reliabel

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Tabel 4.29
Uji Reliabilitas Instrumen Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items	Min α	Status
0,632	5	0,6	Reliabel

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat nilai *Cornbach's Alpha* dari kualitas produk (X_1), penerapan nilai Islam (X_2), dan tingkat kepuasan nasabah (Y) $> \alpha = 0,6$. Berarti dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel yang terdapat di penelitian ini adalah Reliabel (dapat diandalkan atau dipercaya).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah *best linier unbiased estimator*, yang menghasilkan model regresi tidak bias sehingga dapat dijadikan alas prediksi

yang handal. (Bawono, 2006: 115) Uji asumsi klasik yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Bawono, 2006: 174). Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan pengujian dengan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov test*. Adapun hasil uji kolmogorov smirnov adalah sebagai berikut:

Tabel 4.30
Uji Normalitas Data

One-Simple Kolmogorov Smirnov	Unstandarized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	,150 ^c

Sumber: Data angket yang diolah. 2022

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa $N = 100$ yang berarti jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Adapun hasil dari Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,150. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal karena $\text{Asymp. Sig. (2-tailed)} > \alpha = 0,05$ atau 5%.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi data yang baik seharusnya mempunyai hubungan yang linear antara variabel independen dan variabel dependennya. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> \alpha = 0,05$ (5%) dan nilai F hitung $< F$ tabel, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun hasil uji linearitas dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.31
Uji Linearitas

Variabel	F Hitung	Sig.
Kualitas Produk (X_1)	0,758	0,640
Penerapan Nilai Islam (X_2)	0,758	0,640

Deviation From Linearity	Nilai F Tabel
Df 8:90	2,40

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai *deviation from linearity Sig.* atau nilai signifikansi adalah 0,640. Dan nilai F hitung adalah 0,758. Karena nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$ (5%) dan nilai F hitung $< F$ Tabel (nilai F tabel didapatkan dari rumus *Deviation from Linearity* yaitu sesuai dengan output diatas 8 : 90, maka diketahui nilainya adalah 2,04). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear

secara signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) dan penerapan nilai islam (X_2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y)

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi (hubungan kuat) diantara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan korelasi diantara variabel independen atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas.

Dalam pengujian ini, peneliti melakukan pengukuran dengan cara melihat nilai dari *tolerance* dan VIF, dalam hal ini jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut:

Tabel 4.32
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X_1)	0,694	1,440
Penerapan Nilai Islam (X_2)	0,694	1,440

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai dari *Tolerance* variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,694, dan variabel penerapan nilai islam (X_2) sebesar 0,694. Kemudian untuk nilai dari VIF variabel kualitas produk (X_1) sebesar 1,440, dan variabel penerapan nilai islam (X_2) sebesar 1,440. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

multikolinearitas pada data ini karena hasil dari nilai *Tolerance* semua variabel $> 0,10$. Begitu juga dengan nilai semua variabel $VIF < 10$.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedestisitas (Ghazali. 2003: 139).

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan metode glejser yaitu glejser mengusulkan untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel independen (Gurajati dalam Ghazali, 2013: 142). Jika nilai signifikansi $>$ nilai $\alpha = 0,05$ (5%) maka data tidak mengandung heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4.33
Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Sig.
Kualitas Produk (X_1)	0,906
Penerapan Nilai Islam (X_2)	0,207

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kualitas produk (X_1) adalah 0,906. Sementara nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel penerapan nilai islam

(X_2) adalah 0,207. Karena nilai signifikansi kedua variabel di atas $> \alpha = 0,05$ (5%) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan metode glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas model regresi data ini.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen (tingkat kepuasan nasabah) apabila variabel independen (kualitas produk dan penerapan nilai islam) menjadi indikator nya. Analisis ini juga digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai islam terhadap tingkat kepuasan nasabah. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear berganda dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.34
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandarized Coeffisien
	B
(Constant)	3,309
Kualitas Produk (X_1)	,136
Penerapan Nilai Islam (X_2)	,592

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bentuk persamaan dari regresi data ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,309 + 0,136 X_1 + 0,592 X_2$$

Ket:

Y = Tingkat Kepuasan Nasabah

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Penerapan Nilai Islam

Penjelasan:

- a. Konstanta (a) = 3,309. Artinya apabila kualitas produk dan penerapan nilai islam tidak ada atau bernilai 0. Maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 3,309.
- b. Koefisien Regresi X_1 (β_1) = 0,136. Artinya setiap terdapat peningkatan kualitas produk sebesar 1. Maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,136. Pada kasus ini hubungan kualitas produk dan tingkat kepuasan nasabah adalah hubungan positif, sehingga apabila kualitas produk mengalami peningkatan, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat atau bertambah.
- c. Koefisien Regresi X_2 (β_2) = 0,592. Artinya setiap terdapat peningkatan penerapan nilai islam sebesar 1. Maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,592. Pada kasus ini hubungan penerapan nilai islam dan tingkat kepuasan nasabah adalah hubungan positif, sehingga apabila penerapan nilai islam mengalami peningkatan, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat atau bertambah.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk ketentuannya, apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau nilai $\text{sig} < \alpha = 0,05$, maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis awal dari Uji T ini adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 = Variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) H_1 = Variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Adapun hasil dari Uji T dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.35
Uji Parsial (Uji T)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Kualitas Produk (X_1)	1,437	1,988	0,154
Penerapan Nilai Islam (X_2)	7,262	1,988	0,000

Sumber: Data angket yang diolah, 2022.

Rumus t_{tabel} untuk hipotesis dua arah:

$$t_{tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$$

$$t_{tabel} = \frac{0,05}{2}; 100 - 2 - 1$$

$$t_{tabel} = 0,025; 97$$

Kemudian dilihat pada tabel t-test dan didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,988.

1) Uji T Kualitas Produk (X_1)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 1,437. Dan nilai sig. sebesar 0,154. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 1,437 < t_{tabel} = 1,988$. Dan nilai sig. = $0,154 > \alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan untuk hipotesis H_0 diterima, dan H_1 ditolak.

2) Uji T Penerapan Nilai Islam (X_2)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 7,262. Dan nilai sig. sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 7,262 > t_{tabel} = 1,988$. Dan nilai sig. = $0,000 < \alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan untuk hipotesis H_0 ditolak, dan H_1 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk ketentuannya, jika pada hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig. $< \alpha = 0,05$, maka semua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-

sama terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis awal dari Uji F ini adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 = Variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) H_2 = Variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Adapun hasil dari Uji F dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.36
Uji Simultan (Uji F)

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
Regression	47,788	3,089	0,000 ^b

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Rumus F_{tabel} :

$$F_{tabel} = k - 1 ; n - k - 1$$

$$F_{tabel} = 3 - 1 ; 100 - 3 - 1$$

$$F_{tabel} = 2 ; 96$$

Kemudian dilihat pada nilai tabel Distribusi F untuk $\alpha = 0,05$, dan didapatkan nilai sebesar 3,089.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa hasil F_{hitung} adalah 47,778. Dan nilai sig. sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $F_{hitung} = 47,778 > F_{tabel} = 3,089$. Dan nilai sig. = 0,000 < $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan untuk hipotesis H_0 ditolak, dan H_2 diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Yang mana dalam hal ini berarti seberapa besar kemampuan kualitas produk (X_1) dan penerapan nilai islam (X_2) dapat menjelaskan kepuasan nasabah (Y).

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.37
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Squared
1	0,704 ^a	0,496	0,486

Sumber: Data angket yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* menunjukkan angka sebesar 0,496 atau 49,6%. Artinya dalam hal ini variabel kualitas produk (X_1) dan penerapan nilai islam (X_2) dapat menjelaskan tingkat kepuasan nasabah (Y) sebesar 49,6%. Sedangkan sisanya yaitu 50,4% (100% - 49,6%) dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

B. Analisis Data

1. Analisis Secara Parsial

- a. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 1,437. Dan nilai sig. sebesar 0,154. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 1,437 < t_{tabel} = 1,988$. Dan nilai sig. = $0,154 > \alpha = 0,05$.

Menurut Kasmir (2005: 143-144), produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabanya, salah satu caranya adalah dengan mengembangkan produk baru. Adapun langkah-langkah dalam mengembangkan produk baru adalah pembangkit gagasan, penyaring gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, dan komersialisasi. Allah swt juga berfirman dalam Q.S Al-Baqarah: 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.

Sehingga dapat disimpulkan, pada kasus ini kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah, namun bukan berarti produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru tidak berkualitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, para nasabah lebih mementingkan penerapan nilai islam atau kesyaria'han dalam produk-produk tersebut, mereka menganggap apabila produk tersebut memiliki penerapan nilai islam yang baik, maka produk tersebut akan memiliki kualitas yang baik juga.

Dalam hal ini nasabah juga kurang mengetahui tentang sertifikat halal dari MUI dan DPS, sehingga hal ini dapat menyebabkan kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Namun jika dilihat pada uji secara simultan yang apabila kualitas produk dan penerapan nilai islam dijalankan secara bersama, maka akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru. Sehingga walaupun kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah, hal itu tidaklah menjadi masalah selama produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru memiliki penerapan nilai islam yang baik didalam setiap produk mereka.

b. Analisis Pengaruh Penerapan Nilai Islam terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru

Berdasarkan hasil analisis pengaruh penerapan nilai islam (X_2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung}

adalah 7,262. Dan nilai sig. sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 7,262 > t_{tabel} = 1,988$. Dan nilai sig. = $0,000 < \alpha = 0,05$.

Menurut Muhammad (2005: 78-80), dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah menganut beberapa prinsip, yaitu prinsip keadilan, prinsip kesederajatan, prinsip ketentraman. Menciptakan rasa kebersamaan, jaminan, dan persaingan sehat.

Agama Islam juga mengharamkan penerapan bunga (*riba*), yang dimana hal ini juga sangat dilarang dalam praktek perbankan syariah. Untuk larangan ini dapat dilihat pada Q.S Al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ
 مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿۲۷۵﴾

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada

Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.

Pada kasus ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran nasabah akan pentingnya memakai bank yang berbasis syariah sudah ada, sehingga para nasabah dapat merasakan kepuasan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru berkat Penerapan Nilai Islam nya.

2. Analisis Secara Simultan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan penerapan nilai islam (X_2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) dapat diketahui bahwa hasil F_{hitung} adalah 47,778. Dan nilai sig. sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dikarenakan nilai $F_{hitung} = 47,778 > F_{tabel} = 3,089$. Dan nilai sig. = 0,000 < $\alpha = 0,05$.

Artinya dalam kasus ini, ketika kualitas produk digabungkan atau dijalankan bersama-sama dengan penerapan nilai islam, maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah secara signifikan. Walaupun kualitas produk tidak dapat berpengaruh secara parsial, namun ketika ia dijalankan bersama-sama dengan penerapan nilai islam, ia dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hal ini dapat kita lihat dari berbagai macam produk pembiayaan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru, seperti akad mudharabah, akad musyarakah, wakalah dll. produk-

produk ini tentu tidak dapat ditemui di bank konvensional dikarenakan tidak berbasis syariah. Hal inilah yang membuat dua variabel independen ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah apabila dijalankan bersama-sama. Hal ini sejalan dengan Hadits Rasulullah SAW. beliau bersabda:

يَا كَعْبُ بْنُ عُجْرَةَ إِنَّهُ لَا يَرَبُّو لَحْمَ نَبْتٍ مِنْ سُحْتٍ إِلَّا كَانَتْ النَّارُ أَوْلَىٰ بِهِ

Artinya: Wahai Ka'ab bin Ujroh, sesungguhnya daging badan yang tumbuh dan berkembang dari sesuatu yang haram akan berhak dibakar dalam api neraka.

Kemudian juga dari Firman Allah SWT. Q.S Al-Baqarah: 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.

Lebih jauh lagi, Bank syariah memiliki peran yang sangat penting dan strategis di dalam menopang pembangunan di sektor ekonomi suatu daerah. Sebagai lembaga jasa keuangan syariah, salah satu peran nyata bank syariah yaitu dalam menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan modal usaha melalui usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah. Semakin seorang nasabah puas dengan produk dan layanan bank tersebut, maka semakin sering ia akan melakukan transaksi dengan bank tadi. Dengan disalurkan dana untuk sektor riil di masyarakat tersebut, maka secara tidak langsung bank syariah berperan menggerakkan roda perekonomian bagi masyarakat. Tentunya dalam

hal ini roda perekonomian yang dijalankan bagi masyarakat terjamin kehalalannya jika melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia.

3. Analisis Variabel Yang Paling Berpengaruh Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan penerapan nilai islam (X_2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y), dapat diketahui bahwa pada uji parsial atau uji T variabel yang memberikan pengaruh parsial secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah adalah variabel penerapan nilai islam. Sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh parsial secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kemudian juga dapat dilihat dari hasil uji analisis regresi linear berganda, nilai *unstandardized coefficient* kualitas produk lebih kecil jika dibanding dengan nilai *unstandardized coefficient* penerapan nilai islam ($0,136 < 0,592$) yang berarti variabel penerapan nilai islam memberikan peningkatan kepuasan nasabah lebih besar jika dibandingkan dengan variabel kualitas produk. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling memberikan pengaruh atau dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah adalah variabel penerapan nilai Islam.

Menurut UU. No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank Umum yang melakukan setiap kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam sektor pembayaran.

Kemudian prinsip utama perbankan Islam adalah bahwa aktivitasnya dilaksanakan atas larangan riba atau bunga dalam semua jenis transaksi, kerja sama bisnis dan kegiatan perdagangan atas dasar laba yang sah dan adil, memberi zakat (pajak atau sedekah), menghindari monopoli, dan kooperatif demi kemajuan bisnis untuk kemashlahatan ummat atau masyarakat yang tentunya secara halal. (Ali, 2010, hlm. 27)

Hal-hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. yang terdapat pada Q,S Al-Imron: 130 tentang larangan riba

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

Yang kedua yaitu tentang kerjasama bisnis atas dasar laba yang sah dan adil pada Q.S Sad: 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكِ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿١٤٣﴾



Artinya: Dia (Daud) berkata, “Sungguh, dia benar-benar telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (digabungkan) kepada kambing-kambingnya. Sesungguhnya banyak di antara orang-orang yang berserikat itu benar-benar saling merugikan satu sama lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh, dan sedikit sekali mereka itu.” Daud meyakini

bahwa Kami hanya mengujinya. Maka, dia memohon ampunan kepada Tuhannya dan dia tersungkur jatuh serta bertobat.

Yang ketiga yaitu tentang memberi zakat terletak pada Q.S Al-Baqarah: 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya: Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.

Yang keempat yaitu tentang larangan monopoli terletak pada Q.S Al-Hajj: 25

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً الْعَاكِفُ فِيهِ وَالْبَادِ وَمَن يُرِدْ فِيهِ بِالْحَادِ بِظُلْمٍ نُّذِقْهُ مِن عَذَابِ الْعَذَابِ ﴿٢٥﴾

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang kufur dan menghalangi (manusia) dari jalan Allah dan (dari) *Masjidilharam* yang telah Kami jadikan (terbuka) untuk semua manusia, baik yang bermukim di sana maupun yang datang dari luar (akan mendapatkan siksa yang sangat pedih). Siapa saja yang bermaksud melakukan kejahatan secara zalim di dalamnya pasti akan Kami jadikan dia merasakan sebagian siksa yang pedih.

Yang terakhir yaitu tentang memajukan bisnis untuk kemashlahatan ummat terletak pada Q.S Al-An'am: 48

وَمَا نُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ فَمَنْ أَمَنَّ وَأَصْلَحَ فَلَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya: Tidaklah Kami utus para rasul melainkan untuk memberi kabar gembira dan memberi peringatan. Siapa beriman dan mengadakan perbaikan, maka tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pada Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru, penerapan nilai islam mempunyai pengaruh yang lebih besar atau dominan berkat elemen-elemen yang terdapat pada nilai islam nya terhadap tingkat kepuasan nasabah daripada kualitas produk.