

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR PEMBIAYAAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Baitul Qiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen)**

Ismayli¹, Zulkifli²

Email: ismayli@unigha.ac.id

Dosen Universitas Jabal Ghafur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah Studi Pada Baitul Qiiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 orang nasabah, analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian bahwa $Y = 2.662 + .562X_1 + .459X_2 + .592X_3$ Konstanta sebesar 2.662 artinya bahwa, pada keadaan variabel kualitas pelayanan (X_1), apabila X_1 naik 2% maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 0,562% sementara variabel X_2 diasumsikan tetap. Selanjutnya apabila X_2 (prosedur pembiayaan) meningkat sebesar 2% saja, maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 0,459% sementara variabel X_1 diasumsikan tetap. Selanjutnya apabila kualitas produk (X_3) meningkat 2% saja, maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 592%. Koefisien korelasi diperoleh. Nilai koefisien korelasi (R) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 89,1% dapat memberikan pengertian ada hubungan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Semakin tingginya nilai koefisien korelasi yang diperoleh maka semakin erat pula hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 76,3% dapat memberikan pengertian ada pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Uji T diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$. Secara partial berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah, dengan demikian keputusan penelitian ini adalah menerima hipotesis H_a . Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis secara serempak atau secara simultan. Dalam penelitian ini diperoleh F_{hitung} sebesar 227.967 dan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% diperoleh sebesar 3,23 (tabel F). Berdasarkan hasil uji F tersebut maka keputusan penelitian ini diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dengan demikian secara simultan menerima hipotesis H_a dan menolak H_o .

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Prosedur Pembiayaan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan ekonomi telah memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri lembaga keuangan dan perbankan di Indonesia. Perkembangannya ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dengan berbagai macam produk

pelayanan yang ditawarkan kepada nasabahnya. Persaingan yang semakin ketat. Sehingga menjadi kewajiban perbankan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam menciptakan kepuasan nasabah tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan nasabah yakni memegang

peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing yang nantinya akan menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata para nasabah. Kepuasan tersebut akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan.

Perkembangan lembaga keuangan saat ini juga didukung oleh perkembangan industri lembaga keuangan syariah yang secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan perbankan syariah di Indonesia. Lembaga keuangan syariah di Indonesia dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal tersebut menunjukan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah.

Nasabah semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa lembaga keuangan. Apabila pelayanan suatu lembaga keuangan dirasakan kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan pindah pada lembaga keuangan yang lain. Sebagai usaha mempertahankan nasabah, lembaga keuangan harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketetapan, terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya lembaga keuangan tersebut di mata nasabah

Lembaga Keuangan Syariah Baitul Qiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen dalam arti bahasa adalah “Rumah Pinjaman” yang usaha pokoknya menghimpun dana dari pihak ketiga (anggota penyimpan) dan menyalurkan

pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan. Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah sangat cepat seiring dengan masyarakat muslim yang menginginkan Lembaga Keuangan yang bebas dari Riba dan sesuai dengan prinsip Syariah.

Baitul Qiradh menerapkan pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, Qardhun hasan, Ijarah, dan Bai’ Bitsaman Ajil. Pelaksanaan pembiayaan pada Baitul Qiradh berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. Baitul Qiradh tidak menggunakan sistem bunga dalam operasinya, namun menetapkan sistem bagi hasil (*profit and lost sharing*) berdasarkan ijab qabul antara Baitul Qiradh dengan nasabah. Salah satu produk yang menggunakan skema tersebut adalah produk pembiayaan murabahah penjual harus memberi tahu harga pokok yang dia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada pembiayaan murabahah juga terdapat beberapa masalah yang muncul seperti, disaat nasabah memiliki langganan dan juga tempat pembelian barang yang lebih murah dibandingkan dengan toko dimana Baitul Qiradh akan membeli barang.

B. LANDASAN TEORI

Produk Syariah

Adapun beberapa jenis produk pembiayaan pada Baitul Qiradh Baiturrahman adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan Mudhārabah (MDR), yaitu suatu perjanjian usaha antara pemilik modal dengan pengusaha, dimana pihak pemilik modal menyediakan seluruh dana yang diperlukan dan pihak pengusaha melakukan pengelolaan atas usaha. Hasil usaha bersama ini dibagi sesuai dengan kesepakatan pada waktu penandatanganan akad atau perjanjian pembiayaan yang dituangkan dalam

- bentuk nisbah bagi hasil misalnya 70:30, 60:40 dan sebagainya (Adiwarman, 2014).
2. Pembiayaan Musyārakah (MSA) atau disebut juga dengan syirkah, adalah suatu perjanjian usaha antara dua atau beberapa pemilik modal untuk menyertakan modalnya pada suatu proyek, dimana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta, mewakili atau menggugurkan haknya dalam manajemen proyek. Keuntungan hasil usaha bersama ini dapat dibagikan baik menurut porsi penyertaan modal masing-masing maupun sesuai dengan kesepakatan bersama. Manakala merugi, kewajiban hanya terbatas sampai batas modal masing-masing (Kasmir, 2013).
 3. Pembiayaan Ijārah (IJH), adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.
 4. Pembiayaan Al-murābahah (MBA), yaitu Prinsip pinjaman ini pada umumnya digunakan dalam pembiayaan pengadaan barang investasi. Itu berarti pembelian barang tersebut dilakukan dengan pembayaran yang ditanggguhkan (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan 1 tahun dan seterusnya). Maksudnya pembiayaan ini di berikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang produksi. Adapun bagi hasinya adalah sesuai dengan margin yang telah disepakati (Adiwarman, 2014).
 5. Pembiayaan Al-Bai' Bitsaman Ajil (BBA), merupakan pembiayaan untuk penambahan pembelian barang modal kerja dan nasabah membayar dengan cara mengansur baik perhari, perminggu atau perbulan. (Baitul Qiradh Syariah, 2018).

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Stoner, 2011). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Kotler, 2012). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap

atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Prosedur Pembiayaan

Menurut Hamdani (2012) Prosedur adalah langkah kegiatan yang dilakukan secara berurutan mulai dari langkah awal hingga langkah terakhir dalam rangka proses suatu pekerjaan. Sedangkan definisi prosedur menurut Desler (2011) adalah metode-metode yang dibutuhkan untuk menangani aktivitas-aktivitas yang akan datang, urutan aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu, dan pedoman untuk bertindak. Prosedur pelayanan merupakan urutan pekerjaan dalam menyelenggarakan pelayanan secara terus menerus seperti halnya seseorang yang melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi atau kegiatan yang sering terjadi.

Menurut Rachman (2012:77) prosedur pembiayaan merupakan langkah-langkah kerja yang ditetapkan, mulai dari studi kelayakan ke bisnis nasabah, pengajuan permohonan, pemeriksaan administrasi, pertimbangan sampai dengan kegiatan pembiayaan dilakukan serta dilanjutkan dengan kegiatan pengawasan.

Kualitas Produk

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang

menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. (Hadi, 2012). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya. Menurut Kotler (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan inti dari pencapaian profit dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan didasarkan pada upaya meniadakan atau setidaknya mengurangi kesenjangan. Menurut Oliver dalam Kurniawan (20014), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkannya. Menurut Irawan (2012) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapan pelanggan, oleh karena itu strategi kepuasan pelanggan harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan.

Kepuasan nasabah sangat bernilai bagi bank syariah dalam mempertahankan nasabah. Nasabah yang merasa puas akan menimbulkan loyalitas nasabah terhadap bank. Kepuasan nasabah lama akan tertular kepada nasabah baru sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Menurut Kotler (2012), kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari

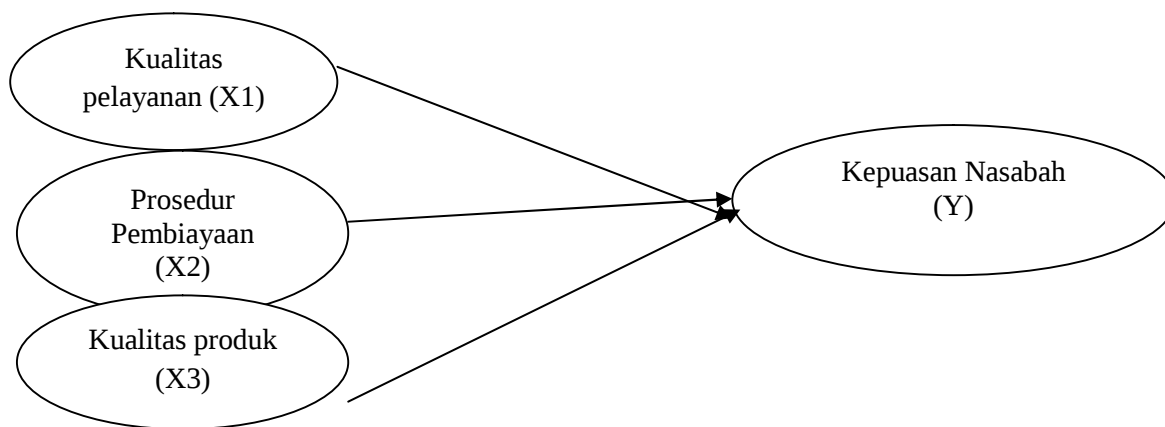
pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

penelitian ini difokuskan pada faktor kualitas pelayanan, prosedur, kualitas produk untuk mengetahui kepuasan nasabah, sebagaimana terlihat pada gambar di bawah ini.

Kerangka Pemikiran

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, namun dalam

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bahwa, faktor kualitas pelayanan, prosedur dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Studi Pada Baitul Qiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen.

- a = Konstanta
b = Koefisien parameter
e = Error term

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dirumuskan diterima atau ditolak, maka harga t-hitung dibandingkan dengan t-tabel pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut: “hipotesis nol (H_0) diterima jika $t(1-1/2n \alpha) < t(1-1/2 \alpha)$ dimana derajat kebebasan yang digunakan adalah $dk = (N-2)$ dalam hal ini harga H_0 ditolak.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Baitul Qiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen. Instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner yang diajukan kepada responden (sampel) sejumlah 100 orang nasabah.

Untuk menganalisis data yang telah terkumpul digunakan rumus regresi linier berganda, Sudjana, (2011) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah
X1 = Kualitas pelayanan
X2 = Prosedur Pembiayaan
X3 = Kualitas Produk

Uji Validitas dan reliabilitas

Uji coba kuesioner penelitian merupakan tahap penting dalam proses pelaksanaan sebuah penelitian. Penelitian menggunakan kuesioner sebagai instrumen. Dengan uji coba instrumen penelitian akan diperoleh hasil berupa tingkat validitas dan reabilitas kuesioner.

Pengujian Validitas Data

Koefisien validitas menggambarkan tingkat kemampuan instrumen untuk mengungkap data atau informasi dari

variabel yang diukur. Teknik pengujian validitas data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari pearson dengan tingkat signifikan 5% untuk mengetahui keeratan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan cara mengkorelasikan antara skor item pernyataan terhadap skor total. Apabila nilai total *pearson correlation* > 0,3 atau probabilitas kurang dari 0,5 maka item tersebut *valid* (Arikunto, 2011:146).

Pengujian Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah tingkat kemampuan suatu instrumen penelitian untuk dapat mengukur suatu variabel secara berulang kali dan mampu menghasilkan informasi atau data yang sama atau sedikit sekali bervariasi. Dengan kata lain instrumen tersebut mampu menunjukkan keakuratan, kestabilan dan konsistensi dalam menghasilkan data dari variabel yang diukur (Arikunto, 2011:171). Teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 5%. Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis atau jika nilai *alpha cronbach* lebih pada 0,6, maka item tersebut dinyatakan reliabel. Koefisien *alpha* kurang dari 0,6 menunjukkan reliabilitas yang buruk, angka sekitar 0,7 menunjukkan reliabilitas dapat diterima dan angka di atas 0,8 menunjukkan reliabilitas yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda valid bila bebas dari masalah asumsi klasik. Asumsi klasik adalah asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam model regresi. Asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Setelah dilakukan analisis terhadap hasil regresi, perlu dilakukan pengujian terhadap kenormalan data

dari penelitian yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi syarat dari pengujian parametrik di mana data harus berdistribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi linier tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Dalam penggunaan model analisis linier berganda apabila terjadinya pelanggaran terhadap asumsi klasik, maka dalam penelitian akan diperbaiki dengan menggunakan Uji Multikolinearitas yaitu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel penjelas saling berhubungan secara linier dalam penggunaan regresi linier.

Apabila hubungan antara semua atau beberapa variabel penjelas sangat erat berarti terjadi Multikolinearitas, akibatnya variabel penaksir cenderung menjadi terlalu besar sehingga t-hitung menjadi terlalu kecil dan tidak signifikan. Dalam mendeteksi kolinearitas mempunyai beberapa indikator yang dapat dilihat yaitu:

- a. Tanda yang paling jelas dari multikolinearitas adalah ketika R^2 sangat tinggi tetapi tidak satupun koefisien regresi penting (signifikan) secara statistik atas dasar pengujian t yang konvensional.

- b. Jika R^2 tinggi, tetapi korelasi parsial rendah multikolinearitas merupakan suatu kemungkinan berlebihan tetapi jika R^2 rata-rata tinggi dan korelasi parsial juga tinggi, multikolinearitas mungkin tidak terjadi.

Uji Heterokedastisitas

Uji *Heterokedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang *homokedastisitas* atau tidak terjadi *heterokedastisitas*. Untuk mendeteksi ada tidaknya *heterokedastisitas* dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot regresi*. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

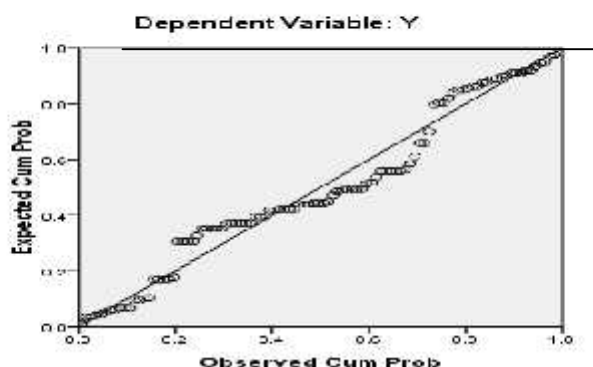
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data dari sampel yang diambil normal ataupun tidak. Sampel yang difokuskan dalam penelitian ini terlihat semuanya aktif dan berfungsi dalam memberikan pernyataan melalui kuesioner yang diberikan. Residual variabel yang terdistribusi normal yang terletak disekitar garis horizontal (tidak terpisah jauh dari diagonal). Berdasarkan *P-plot* pada lampiran menunjukkan sebaran *standardized residual* berada dalam kisaran garis diagonal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Gambar 2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

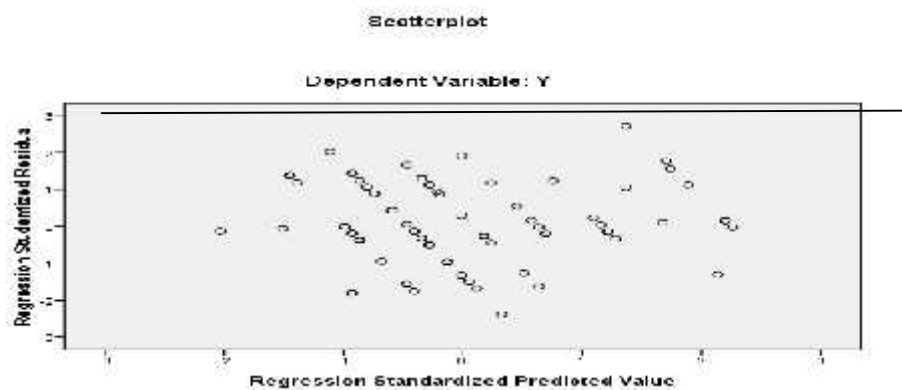


Dari lampiran ditunjukkan oleh gambar dapat dilihat bahwa data penelitian memiliki penyebaran dan distribusi yang normal karena data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai *plot P* terletak digaris diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya dapat dilihat uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan kepengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya.

Gambar 3



Pada grafik *scatterplot* atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi *heteroskedastisitas*. tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.662	.682		2.562	.182	-.437	2.270					
X1	.562	.038	.861	2.531	.000	.774	.926	.941	.913	.710	.680	1.470
X2	.459	.031	.142	2.102	.000	.052	.177	.629	.347	.117	.612	1.550
X3	.592	.022	.101	4.526	.000	.012	.123	.532	.316	.122	.530	1.367

Dari data-data yang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 2.662 + .562X_1 + .459X_2 + .592X_3$

Konstanta sebesar 2.662 artinya bahwa, pada keadaan variabel kualitas pelayanan (X1), apabila X1 naik 2% maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 0,562% sementara variabel X2 diasumsikan tetap. Selanjutnya apabila X2 (prosedur pembiayaan) meningkat sebesar

2% saja, maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 0,459% sementara variabel X1 diasumsikan tetap. Selanjutnya apabila kualitas produk (X3) meningkat 2% saja, maka Y (kepuasan nasabah) meningkat sebesar 592%.

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan dan pengaruh masing-masing variabel dapat dilihat tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 1 Collinearity Statistics

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.763	.660	2.009	1.074

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi dan determinasi bahwa:

Nilai koefisien korelasi (R) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,891 atau 89,1% dapat memberikan pengertian ada hubungan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Semakin tingginya nilai koefisien korelasi yang diperoleh maka semakin erat pula hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan demikian dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk mempunyai hubungan sebesar 89,1% terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,763 atau 76,3% dapat memberikan pengertian ada pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk sebesar 76,3% berpengaruh secara signifikan ($\text{sig } 0,000$) terhadap kepuasan nasabah, sedangkan selebihnya 23,7% dipengaruhi oleh persamaan lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T

Sebagaimana hipotesis yang telah ditetapkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan

dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian dapat dilihat bahwa:

Untuk variabel kepuasan pelayanan (X_1) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2.531 dan T_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% sebesar 1,661. Untuk variabel prosedur pembiayaan (X_2) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2.102 dan T_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% sebesar 1,661. Untuk variabel kualitas produk (X_3) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 4.526 dan T_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% sebesar 1,661.

Untuk variabel kepuasan nasabah (Y) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2.562 dan T_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% sebesar 1,661. Dengan kata lain $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$. Secara partial berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah, dengan demikian keputusan penelitian ini adalah menerima hipotesis H_a .

Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis secara serempak atau secara simultan. Dalam penelitian ini diperoleh F_{hitung} sebesar 227.967 dan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% diperoleh sebesar 3,23 (tabel F). Berdasarkan hasil uji F tersebut maka keputusan penelitian ini diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dengan demikian secara simultan, hasil penelitian ini dapat diambil keputusan dengan menerima hipotesis H_a dan Menolak hipotesis H_o . Artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah, dengan demikian keputusan penelitian ini adalah menerima hipotesis H_a . Dapat diambil keputusan bahwa, uji-T dan Uji-F diperoleh nilai lebih besar dari T-tabel dan F-tabel, sehingga dalam penelitian ini

diterima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

E. KESIMPULAN

Nilai koefisien korelasi (R) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 89,1% dapat memberikan pengertian ada hubungan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Semakin tingginya nilai koefisien korelasi yang diperoleh maka semakin erat pula hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 76,3% dapat memberikan pengertian ada pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah.

Uji T diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$. Secara partial berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah, dengan demikian keputusan penelitian ini adalah menerima hipotesis H_a . Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis secara serempak atau secara simultan. Dalam penelitian ini diperoleh F_{hitung} sebesar 227.967 dan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 05% diperoleh sebesar 3,23 (tabel F). Berdasarkan hasil uji F tersebut maka keputusan penelitian ini diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dengan demikian secara simultan, hasil penelitian ini dapat diambil keputusan dengan menerima hipotesis H_a dan Menolak hipotesis H_o . Artinya ada pengaruh yang signifikan

antara kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dan kualitas produk dengan kepuasan nasabah, dengan demikian keputusan penelitian ini adalah menerima hipotesis H_a . Dapat diambil keputusan bahwa, uji- T dan Uji- F diperoleh nilai lebih besar dari T_{tabel} dan F_{tabel} , sehingga dalam penelitian ini diterima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, Karim. (2014). *Bank Islam- Analisis Fiqh dan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Arikunto, Suharsimi, (2011). *Prosedur Penelitian dan Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Baiqi Syariah. (2018). *Laporan Tahunan*, Baitul Qiradh Peusangan.
- Hadi, Sasono. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Bina Aksara.
- Hamdani (2012). *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Gramedia Grafika
- Hasibuan, Malayu S.P (2011), *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir, Jakfar (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo.Antonio.
- Kurniawan, Hamdi. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, (2012). *Analisis Pemasaran Suatu Pengendalian*, Jakarta, Erlangga.
- Luthfi, Achmad, (2013). *Produk bank Syariah dan Pengelolaannya*, Jakarta: Pustaka Nasional.

- Lopiyoadi (2011). *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Grafika.
- Sudjana, (2011). *Dasar-dasar Statistika*, Erlangga, Jakarta.
- Supranto, (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, untuk menaikkan pangsa pasar*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Susanto, (2010), *Usaha Kecil Menengah (UKM)*, Jakarta, Erlangga.
- Suryani. (2010). *Pengembangan usaha Kecil*. Jakarta: Erlangga.
- Suparmono. (2011). *Teori Pemasaran dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Suwarno, (2012). *Perilaku Masyarakat*, Jakarta, Gramedia Grafik
- Stoner, JF, (2011), *Marketing Management*, Jakarta, Erlangga.
- Swastha, Irawan, (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, BPFE.
- Tjiptono, Fandy, (2011). *Strategi Bisnis Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Antonio,
- Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Terry, George dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Bmi Aksara, 2000).
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- Hasibuan, Malayu S.P (2007), *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Baitul Qiradh Baiturrahman, (Banda Aceh, 2017)
- Karim, Adiwarman. 2006. *Bank Islam- Analisis Fiqh dan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Abu Muhammad Dwiono Koesan al-Jambi, *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, (Jakarta: Tifa Publishing House, 2013).
- Hasibuan, Malayu. 2000. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta. Bumi Aksara.