

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut,
Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

**NISA HATA
NIM. 190603117**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M / 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nisa Hata

NIM : 190603117

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 02 Februari 2024

Yang Menyatakan




(Nisa Hata)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)**

Disusun Oleh:

Nisa Hata

NIM: 190603117

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Evriyenni, SE., M.Si., CTT, CATr.
NIDN. 2013048301

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP.198310282015031001

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)**

Nisa Hata
NIM: 190603117

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jum'at: 22 Maret 2024 M
16 Sya'ban 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Evriyenni, SE., M.Si., CTT, CAI
NIDN. 2013048301

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP.198310282015031001

Penguji I,

A R - R A N I R Y

Penguji II

Evy Iskandar, SE., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIDN. 2024026901

Muksal, M.E.I.
NIP.199009022020121008

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP.198006252009011009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

**JL. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax, 0651-7552922**

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id.

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nisa Hata
NIM : 190603117
Fakultas/Program/Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : 190603117@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti, Non-Eklusif (*Non-exclusive Royalty-Frees Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi (*tulis ilmiah*) yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*)

Yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)”** serta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak bebas Royalti Non-Eklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 22 Maret 2024

Mengetahui,

Penulis

Nisa Hata
190603117

Pembimbing I

Evriyenni, SE., M.Si., CTT, CATr.
NIDN. 2013048301

Pembimbing II

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banya memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Fithriady, Lc., MA selaku wakil Dekan I, Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M.Sc selaku wakil Dekan II dan Dr. Aniliansyah, M. Ag selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag dan Inayatillah, M.A.Ek selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Serta selaku dosen penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan

motivasi terbaik untuk penulis selama waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dalam menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.

3. Hafizh Maulana, SP., S.H.I., M.E selaku ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Evriyenni, SE., M.Si.,CTT, CATr. Selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA. Selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan semangat untuk membuat skripsi ini serta masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kepada pihak PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar yang telah mendukung, membantu saya, dan bersama saya dari awal pembuatan skripsi hingga akhir penelitian saya.
8. Teristimewa, teruntuk kedua orang tua saya, ayah saya bapak Muhammad Amin, S.P.d dan ibunda saya ibu Gunawati, Amd.Keb, terimakasih atas dukungan dari segi moril, finansial dan kasihsayangnya selama ini untuk saya. Tidak lupa juga saya ucapkan untuk Abang tercinta saya Muhammad Juwanda, S.P, serta adik tersayang saya ,Nasyifa terimakasih telah banyak memberikan saya motivasi dalam penyelesaian skripsi ini., serta keluarga besar saya yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, semangat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya.
9. Teristimewa buat pemilik nama Serda Irfan Farhan. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada buat saya, telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, sudah mau mendengarkan keluh

kesah saya sepanjang pembuatan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari hidup saya, harapan saya semoga kita bisa sukses bersama sesuai dengan apa yang kita impikan.

10. Kepada sahabat terbaik ku, Hilmiyati, Haris Munandar, Rizka Hayati, Yeni Nur Safira, Yulfina, Nurulia, Tasya Dinda Cahyani, Nova Eliza, Maya Aulia, Arga, yang banyak berpartisipasi di dalam pembuatan skripsi dan pemberi semangat yang paling berharga sampai terselesaikan Skripsi ini.
11. *Last but not least. I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 02 Februari 2024
Penulis,

(Nisa Hata)

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ ا ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قال : *qāla*

رمى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُونَ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ

: *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madinatul Munawwarah

طَلْحَةُ

: *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

- a. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- b. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Nisa Hata
NIM : 190603117
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar).
Pembimbing I : Evriyenni, S.E., M.Si., CTT.
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A

Produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah adalah isu yang relevan dan penting dalam konteks perbankan syariah modern. Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan adalah dua elemen kunci yang dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah. Kualitas produk tabungan menjadi faktor penting karena nasabah mengharapkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan manfaat yang kompetitif. Produk tabungan yang menguntungkan, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *slovin*, maka diketahui jumlah sampelnya dibulatkan menjadi 360 nasabah yang ada pada Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teknik pengumpulan data kuesioner dengan menyebarkan selebaran angket. Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk variabel kualitas produk tabungan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,965 > 1,97$). Artinya kualitas produk tabungan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah dan hasil uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,964 > 1,97$). Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah, selanjutnya hasil uji simultan dapat disimpulkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,49 > 3,02$). Artinya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

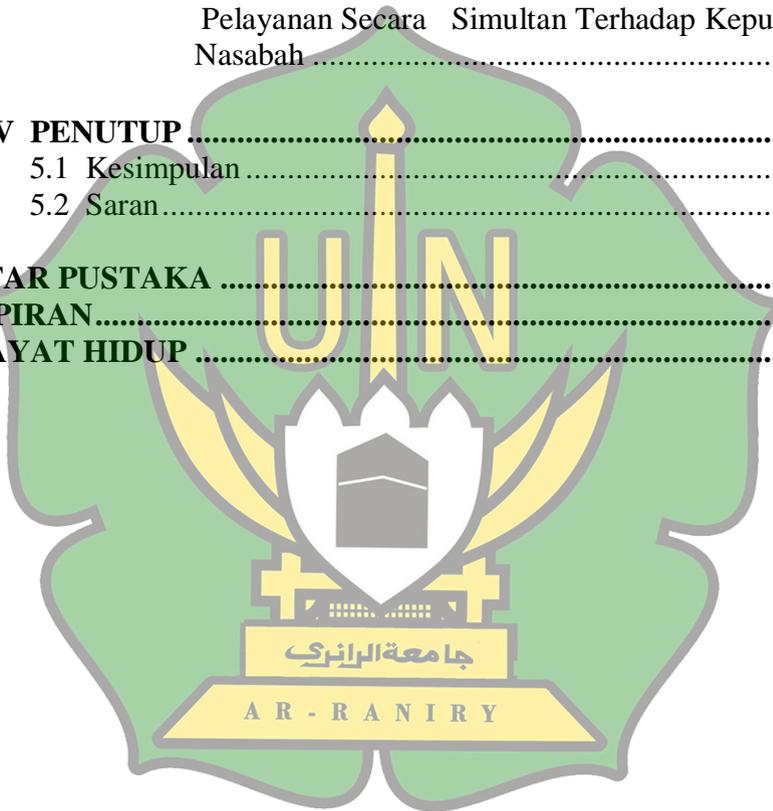
Kata Kunci: Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1 Perbankan Syariah.....	12
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah.....	12
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Perbankan Syariah	14
2.1.3 Produk-produk Perbankan Syariah.....	16
2.2 Kepuasan Nasabah	18
2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	18
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	19
2.2.3 Manfaat dan Tujuan Kepuasan Nasabah	21
2.2.4 Cara Mengukur Kepuasan Nasabah.....	23
2.2.5 Indikator-indikator Kepuasan Nasabah	25
2.3 Kualitas Produk.....	26
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	26
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	29
2.3.3 Manfaat dan Tujuan Kualitas Produk	30
2.3.4 Indikator-indikator Kualitas Produk.....	33
2.4 Kualitas Pelayanan	34
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	34
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	36
2.4.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan	39

2.4.4 Tujuan dan Manfaat Kualitas Pelayanan	41
2.4.5 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan	43
2.5 Penelitian Terdahulu.....	45
2.6 Kerangka Berfikir.....	52
2.7 Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Jenis Penelitian.....	54
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	54
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Skala Pengukuran	57
3.6 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	57
3.7 Uji Regresi Linier Berganda	59
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	60
3.8.1 Uji Validitas	60
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.1 Uji Normalitas.....	61
3.10 Pengujian Hipotesis	62
3.10.1 Uji T (Parsial)	62
3.10.2 Uji F (Simultan).....	62
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Penelitian.....	64
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah.....	64
4.1.2 Karakteristik Responden	67
4.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator Penelitian	70
4.2.1 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	70
4.2.2 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	72
4.3 Hasil Pengujian Instrumen.....	76
4.3.1 Pengujian Validitas	76
4.3.2 Pengujian Reliabilitas.....	77
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
4.4.1 Pengujian Normalitas	78
4.4.2 Pengujian Multikolinearitas	79
4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas.....	79
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.6 Hipotesis.....	82

4.6.1 Hasil Uji t (Parsial) dan Hasil Uji f (Simultan).....	82
4.7 Pembahasan.....	86
4.7.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	86
4.7.2 Pengaruh Variabel Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	88
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah	89
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96
RIWAYAT HIDUP	125



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Normalitas Data	78
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	80



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Tabungan PT. Bank Aceh Syariah Periode 2022 s/d 2023	7
Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Sebelumnya	50
Tabel 3.1 : Skala Pengukuran	57
Tabel 3.2 : Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	58
Tabel 4.1 : Hasil Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2. : Hasil Analisis Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3 : Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.4 : Hasil Analisis Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah ..	72
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan dengan Kualitas Produk Tabungan	73
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan dengan Kualitas Pelayanan	74
Tabel 4.7 : Distribusi frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan dengan Kepuasan Nasabah	75
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.10 : Hasil Pengujian Multikolinieritas	79
Tabel 4.11 : Nilai Koefisien Regresi Variabel Independen	80
Tabel 4.12 : Nilai Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R ²) Model Summary	84
Tabel 4.13 : Ringkasan Pengujian Hipotesis	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 : Olah Data Spss	101
Lampiran 3 : Tabel Tabulasi	117



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang (*loan*), memberikan jasa pengiriman uang dan jasa lainnya yang tentunya tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Keberadaan lembaga perbankan di Indonesia sudah mengalami berbagai perkembangan, yang ditandai dengan munculnya perbankan yang menjalankan nilai-nilai syariah Islam (Sari, 2019:5). Hal ini diperkuat dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya di kembangkan dengan landasan Al-Qur'an dan Hadits. Bank Syariah adalah Lembaga keuangan yang beroperasi tanpa menggunakan bunga yang mana usaha pokoknya memberikan pembiayaan sekaligus jasa lainnya sebagai lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dengan pengoperasiannya sesuai prinsip syariat Islam. Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba (Muhammad, 2019:16).

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan di terbitkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Hal ini menuntut bank agar dapat mempertahankan nasabahnya maupun menarik nasabah-nasabah baru (Rusdianto, 2021:44). Perkembangan perbankan syariah menjadi menarik untuk

diamati bila dikaitkan dengan tujuan awal berdirinya Bank Syariah. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini adalah tidak lain sebagai upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupannya berlandaskan syariat Islam (Umam, 2021:23).

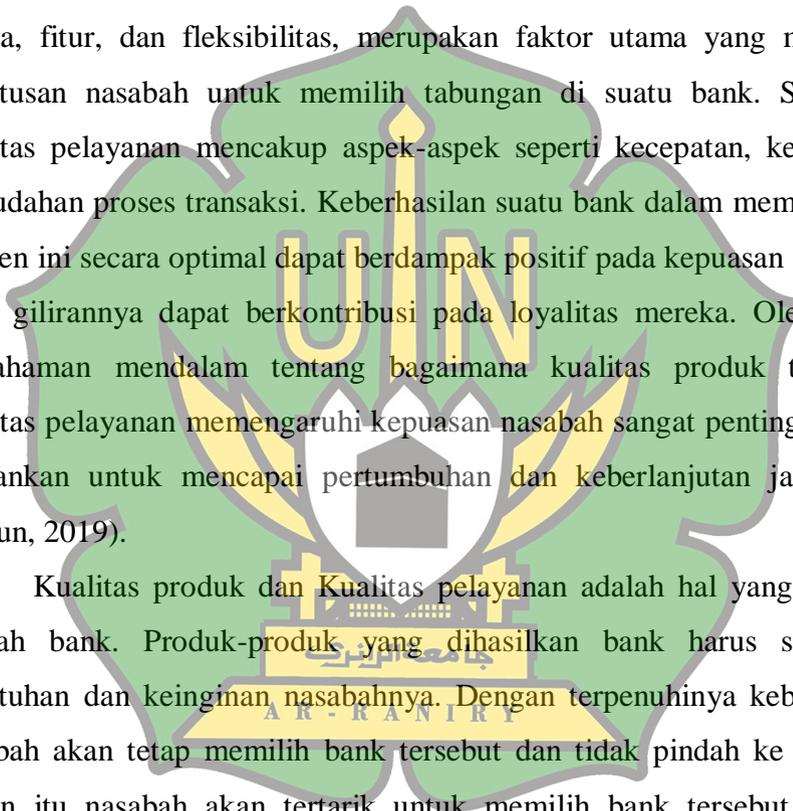
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah tersebut telah menyebabkan bertambahnya jumlah bank syariah di Indonesia, termasuk dengan berdirinya bank syariah daerah seperti Bank Aceh Syariah yang memiliki berbagai produk seperti termasuk produk tabungan. Pertambahan jumlah bank tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan di antara bank syariah tersebut untuk memasarkan produk dan jasanya, kepuasan nasabah akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan nasabah sehingga hal ini akan menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Dari perspektif nasabah biasanya banyak keluhan dan hak-hak nasabah yang diabaikan, hal ini menyangkut pelayanan yang lambat serta rendahnya kualitas produk maupun jasa. Perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh oleh nasabah ini, bila tidak diantisipasi dengan baik akan menjadi boomerang bagi bank itu sendiri (Setiawan, *et al.*, 2019).

Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal menghimpun dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan menjadi lebih produktif dan bermanfaat. Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena disadarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau tersirat dalam diri pelanggan (Hasan, 2021:91).

Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, pemahaman akan peran penting kualitas produk dalam membentuk persepsi nasabah menjadi kunci untuk menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Kualitas produk mencakup sejumlah faktor, termasuk kehandalan, fitur, desain, dan kinerja. Ketika nasabah merasa bahwa produk yang mereka beli memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka, kepuasan nasabah cenderung meningkat. Keberhasilan dalam menciptakan produk berkualitas akan memicu efek positif, seperti retensi nasabah yang lebih baik, rekomendasi kepada orang lain, dan loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, menyelidiki secara lebih mendalam mengenai bagaimana kualitas produk memengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan menjaga hubungan yang sehat dengan nasabah mereka (Afni, 2020).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Nasabah yang menggunakan jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah yang memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan pelayanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan yang didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah dapat meningkatkan nilai produk atau pelayanan (Muslimah, 2017).

Erdyansyah, (2014), mendefinisikan kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah menggunakan jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi tertentu. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah.



Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah hal yang penting dalam konteks industri perbankan. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, bank-bank harus memahami bahwa mereka tidak hanya berkompetisi untuk mendapatkan nasabah, tetapi juga untuk mempertahankan mereka. Kualitas produk tabungan, seperti suku bunga, fitur, dan fleksibilitas, merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih tabungan di suatu bank. Sementara itu, kualitas pelayanan mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, keramahan, dan kemudahan proses transaksi. Keberhasilan suatu bank dalam memadukan kedua elemen ini secara optimal dapat berdampak positif pada kepuasan nasabah, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada loyalitas mereka. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabah sangat penting dalam upaya perbankan untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang (Harun, 2019).

Kualitas produk dan Kualitas pelayanan adalah hal yang penting pada sebuah bank. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, seperti produk tabungan, pinjaman, deposito, giro, kartu kredit dan lain-lain (Edyansyah, 2019).

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang di harapkan (*expected service*). Bagi setiap perusahaan dapat menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan masyarakat.

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada masyarakat sesuai dengan apa yang dipersepsikan. Berbagai faktor seperti subjektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan masyarakat (Tjiptono, 2019:82).

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa (Adam, 2017:17). Selain itu, kepuasan nasabah juga ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank (Hidayat, 2019:59). Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Mark R. Colgate dan Petter J. Danaher pernah melakukan riset yang mereka lakukan berhasil memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan nasabah daripada pelayanan yang dikategorikan terbaik (Lupiyoadi, 2021:233).

Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nasabah mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau nasabah mendapatkan produk yang berkualitas. Jika nilai bagi nasabah adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut terasa nyaman. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan

nasabah akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan (Nur, 2021:194).

Adanya pengaruh variabel kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Arifin (2018) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kamila (2019) hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Diikuti dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi (2020) yang menyatakan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Trisusanti (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kajian Mulyaningsih (2016) mengatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasannya yang akan berdampak positif bagi perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut. Penelitian Zikir, dkk (2019) juga menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keinginan nasabah memanfaatkan jasa bank dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasinya. Namun hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti (2022) menyatakan bahwa dari variabel kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan hanyalah variabel kualitas pelayanan, mengenai variabel kualitas produk tabungan tidak memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini melibatkan PT. Bank Aceh Syariah menyoroti elemen krusial dalam bisnis perbankan syariah modern. PT. Bank Aceh Syariah sebagai institusi keuangan yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah harus memahami bahwa kepuasan nasabah bukan hanya berkaitan dengan aspek finansial, tetapi

juga dengan pengalaman layanan yang mereka terima. Kualitas produk tabungan yang mencakup aspek produk tabungan yang kompetitif dan kebijakan yang sesuai dengan prinsip syariah akan sangat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan di bank ini. Sementara itu, kualitas pelayanan seperti kemudahan akses, keterampilan pegawai dalam memberikan informasi, dan sikap pelayanan yang ramah juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap bank. Pada Tabel 1.1 dibawah ini dapat dilihat data tabungan periode 2022 s/d 2023, sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Tabungan PT. Bank Aceh Syariah
Periode 2022 s/d 2023

No.	Tabungan	Tahun (Jumlah Nasabah)	
		2022	2023
1.	Firdaus	707	505
2.	Seulanga	16	6
3.	Simpeda	1	1
4.	Tabunganku	159	43
5.	Tabungan Aneka Guna	323	123
6.	Tabungan Sahara	12	8
7.	Tabungan Simple	199	0
Total:		1.417	686

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah, 2023

Keberhasilan dalam menggabungkan kualitas produk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan pelayanan yang baik dapat menghasilkan tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Hal ini tidak hanya akan memungkinkan PT. Bank Aceh Syariah untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada, tetapi juga untuk menarik nasabah baru yang mencari produk tabungan syariah yang berkualitas. Oleh karena itu, analisis tentang bagaimana kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabah menjadi penting dalam upaya PT. Bank Aceh Syariah untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam lingkungan perbankan syariah yang semakin kompetitif.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti dilapangan ditemukan beberapa isu-isu fenomena permasalahan yang ada di PT. Bank Aceh Syariah mengenai kualitas produk tabungan seperti keluhan tentang nasabah yang tidak paham tentang bank syariah yang mencakup istilah umum yang sering digunakan dalam bank syariah, nasabah tidak paham mengenai metode bagi hasil, berbagai macam keluhan dan kontroversi yang muncul dari nasabah dan masyarakat umum. Beberapa masalah yang seringkali terjadi terkait kesulitan akses ke layanan perbankan, adapun mengenai keluhan-keluhan nasabah seperti keluhan terhadap kartu ATM yang otomatis terblokir, gagal transfer, gagal tarik, pergantian perangkat *action* dan terbatasnya layanan *action* yang membuat para nasabah melakukan komplain. Terdapat tantangan dalam memastikan bahwa produk tabungan yang ditawarkan mampu memenuhi berbagai kebutuhan nasabah yang beragam. Dalam beberapa kasus, nasabah merasa bahwa fitur-fitur produk tabungan belum sepenuhnya memberikan kemudahan dan keuntungan yang mereka harapkan, yang dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka.

Selanjutnya, kualitas pelayanan juga memiliki peran yang sangat signifikan. Nasabah menginginkan layanan yang responsif, efisien dan berkualitas. Mereka ingin merasa dihargai dan didengarkan oleh bank. Jika nasabah merasa bahwa kualitas pelayanan kurang baik, ini bisa berdampak negatif pada kepuasan mereka, bahkan jika produk tabungan yang ditawarkan bagus. Fenomena ini menunjukkan bahwa Bank Aceh Syariah harus terus memperbaiki kualitas layanannya untuk menjaga kepuasan nasabah (Nur, 2023).

Fenomena kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank sering kali menjadi sorotan utama. Meskipun ada upaya untuk meningkatkan keterampilan dan keramahan staf, beberapa nasabah masih mengalami pelayanan yang kurang responsif dan lambat dalam menanggapi keluhan atau permintaan. Isu ini semakin krusial dalam perbankan syariah, di mana harapan nasabah terhadap pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sangat tinggi. Selain itu, konsistensi dalam pelayanan di berbagai cabang juga menjadi perhatian, karena

ketidakseragaman standar pelayanan dapat menciptakan ketidakpuasan di kalangan nasabah yang sering berpindah cabang. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah, PT. Bank Aceh Syariah perlu fokus pada inovasi produk yang relevan serta peningkatan kualitas dan konsistensi pelayanan di seluruh jaringan perbankannya.

Berdasarkan dari isu-isu permasalahan yang telah diuraikan diatas tentunya semua fenomena tersebut akan berdampak pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka peneliti ingin mengkaji lebih lanjut apakah kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang ada pada Bank Aceh Syariah telah memenuhi harapan nasabah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
3. Apakah kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Akademik

Dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan yang berguna khususnya untuk mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry dan menambah wawasan serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

3. Bagi Lembaga/Perusahaan

Bagi lembaga keuangan syariah atau bank lain diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam melakukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan berurutan, maka dalam hal ini peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab, yang meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan pemikiran terdahulu, dan pemikiran teoritis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan tentang pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi, bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari penulis.

جامعة الرانيرى
A R - R A N I R Y

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan sistem ini ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional dan banyak yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya. Sementara perbankan yang menerapkan sistem syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan. Di tengah-tengah krisis keuangan global yang melanda dunia pada penghujung akhir tahun 2008, lembaga keuangan syariah kembali membuktikan daya tahannya dari terpaan krisis. Lembaga-lembaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan serta keamanan bagi para pemegang sahamnya, pemegang surat berharga, peminjam dan para penyimpan dana di bankbank syariah.

Perbankan syariah sebenarnya dapat menggunakan momentum ini untuk menunjukkan bahwa Perbankan Syariah benar-benar tahan dan kebal krisis dan mampu tumbuh dengan signifikan. Oleh karena itu perlu langkah-langkah strategis untuk merealisasikannya. Langkah strategis pengembangan perbankan syariah yang telah di upayakan adalah pemberian izin kepada Bank Umum Konvensional untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif dari perubahan Undang – Undang perbankan No. 10 Tahun 1998. UndangUndang pengganti UU No.7 Tahun 1992 tersebut mengatur dengan jelas landasan hukum dan jenis-jenis usaha yang dapat

dioperasikan dan diimplementasikan oleh Bank Syariah ([www.ekonomi.kompasiana.com.download04/12/2014](http://www.ekonomi.kompasiana.com/download04/12/2014)).

Pengertian Bank Syariah atau bisa dikenal dengan bank Islam mempunyai sistem operasi dimana ia tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga ini, bisa dikatakan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. (Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafe'i Antonio). <http://www.banksyariah.net>.

Pengertian bank syariah sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang Pasal 2 PBI No. 6/24/PBI/2004 Tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, memberikan definisi bahwa Bank umum syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum yang diperkenankan adalah perseroan terbatas atau PT. Dalam buku yang berjudul manajemen bank syariah, secara garis besar hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam tersebut di tentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari lima dasar konsep inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah untuk dioperasikan. Kelima konsep tersebut adalah : (1) sistem simpanan, (2) bagi hasil, (3) margin keuntungan, (4) sewa, (5) jasa (fee).

Bank Islam merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan system nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan

(*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank Islam sering disamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank Islam, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank Islam selain menghindari dari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. (Sumber: Rivai, Veithzal & Arviyan Arifin.2010. Islamic Banking. Jakarta: PT Bumi Aksara).

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Perbankan Syariah

Dalam UU. No. 21 Tahun 2008 pasal 3, disebutkan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Menurut Anjarsari (2016) Bank Syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan social ekonomi masyarakat terbanyak. Adanya lembaga keuangan diharapkan akan tersedianya kesempatan yang lebih baik untuk mengumpulkan modal dan pemanfaatan dana, sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi dan dengan demikian akan memberikan sumbangan pada peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap, antara lain melalui peningkatan kualitas dan kegiatan usaha.
2. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan, terutama dalam bidang ekonomi.
3. Berkembangnya lembaga bank dan system perbankan yang sehat berdasar efisiensi dan keadilan yang akan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi masyarakat banyak dengan memperluas jaringan lembaga-lembaga keuangan perbankan ke daerah-daerah terpencil.

4. Ikhtiar ini akan sekaligus mendidik dan membimbing masyarakat untuk berfikir secara ekonomis, berperilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.
5. Berusaha membuktikan bahwa konsep perbankan menurut syariah Islam dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank-bank dengan system lain.
6. Untuk menaggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari Negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol kebersamaannya dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan moda kerja, dan program pengembangan usaha bersama.

Perbankan syariah memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Fungsi utama perbankan syariah adalah menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga), spekulasi, dan transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar). Bank-bank syariah memainkan peran sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana (nasabah) dan pihak yang membutuhkan dana (peminjam atau pengusaha). Adapun fungsi Bank Syariah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Pasal (4) yaitu:

1. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.1.3 Produk-produk Perbankan Syariah

Dalam kegiatan penyaluran dana, lembaga keuangan baik bank maupun non-bank dengan cara melakukan pembiayaan. Pembiayaan yang dilakukan lembaga keuangan baik bank maupun non-bank karena berhubungan dengan rencana untuk memperoleh pendapatan. menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan bahwa "Pembiayaan berdasarkan prinsip syaria'ah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Aisyah, 2015:2).

Adapun Produk pendanaan yang di tawarkan perbankan syariah Indonesia tidak berbeda dengan produk pendanaan Bank Syariah pada umumnya yang meliputi giro, tabungan, investasi umum, investasi khusus, dan obligasi. Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yaitu (Umi, 2016):

1. Tabungan Mudharabah

Tabungan ini didasarkan pada prinsip mudharabah, di mana nasabah sebagai pemilik dana menyimpan dananya di bank untuk diinvestasikan dalam proyek-proyek yang halal. Keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut kemudian dibagi antara nasabah dan bank berdasarkan kesepakatan sebelumnya..

2. Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah adalah bentuk investasi jangka panjang di mana nasabah menyetor dana untuk jangka waktu tertentu dengan harapan memperoleh keuntungan yang dihasilkan dari investasi yang dilakukan oleh bank. Keuntungan dibagikan antara nasabah dan bank sesuai dengan kesepakatan mudharabah.

3. Pembiayaan Murabahah

Produk pembiayaan ini didasarkan pada prinsip murabahah, di mana bank membeli barang atau aset yang diinginkan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga yang sudah ditetapkan, namun dengan tambahan markup. Nasabah membayar kembali kepada bank dengan cara cicilan dalam jangka waktu tertentu.

4. Pembiayaan Musharakah

Pembiayaan ini berdasarkan prinsip musharakah, di mana bank dan nasabah bekerja sama dalam sebuah proyek atau usaha bisnis. Keuntungan dan kerugian dari proyek tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah.

5. Pembiayaan Ijarah

Pembiayaan ijarah merupakan penyediaan dana bagi nasabah untuk menyewa barang atau aset tertentu dari bank dengan pembayaran sewa yang telah disepakati. Setelah jangka waktu sewa berakhir, nasabah dapat membeli barang atau aset tersebut dengan harga yang telah ditetapkan sebelumnya atau mengembalikannya kepada bank.

6. Asuransi Syariah

Produk asuransi syariah menawarkan perlindungan bagi nasabah terhadap risiko yang mungkin terjadi dalam kehidupan mereka, seperti kesehatan, kendaraan, atau properti. Prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam pola pembayaran klaim dan investasi premi oleh perusahaan asuransi syariah.

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2018:138). Untuk mengetahui masalah kepuasan nasabah terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal. Kotler (2017:177), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Tjiptono (2017:24) mendefinisikan kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap ketidaksesuain yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan nasabah ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh nasabah selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya.

Wilkie (2022:622), mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai suatu tanggapan emosional seseorang pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk. Sedangkan Kotler (2021:40), mengatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Day (2018:204), menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan respons nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan.

Lupiyoadi (2017:12) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Mowen & Minor (2019), konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan/ketidakpuasan menyeluruh mereka.

Kepuasan nasabah sendiri menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan nasabah atau pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan: a. Sifat Jujur, sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. b. Sifat Amanah, Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Tjiptono (2017:61) menyatakan ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, sebagai berikut:

1. Fitur produk dan jasa.

Kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk dan jasa. Untuk jasa perbankan, fitur yang meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, serana pelayanan yang menyenangkan, dan sebagainya.

2. Kualitas Pelayanan.

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

3. Faktor Emosional.

Kepuasan pelanggan yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup.

4. Harga.

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar.

5. Kemudahan.

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan relatif puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Perusahaan akan kehilangan banyak konsumennya kalau tidak mampu memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumennya dibanding orang lain. Kotler dan Armstrong (2017:97) juga menyatakan ada lima faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu, sebagai berikut:

1. Nilai produk.

Suatu produk/barang yang dijual kepada masyarakat dan berapa nilai nominal yang ingin dibayar oleh masyarakat untuk mendapatkan barang itu.

2. Nilai jasa.

Sesuatu yang berharga, bermutu, menunjukkan kualitas suatu jasa.

3. Citra

Respon pelanggan pada keseluruhan penawaran yang diberikan suatu jasa dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada pelayanan yang diberikan.

4. Waktu.

Merupakan salah satu faktor kinerja SDM dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

5. Harga.

Harga merupakan sejumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

2.2.3 Manfaat dan Tujuan Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarga, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Adapun manfaat kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019:71) sebagai berikut:

1. Loyalitas Nasabah

Kepuasan nasabah yang tinggi meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank. Nasabah yang puas cenderung tetap menggunakan produk dan layanan bank, mengurangi churn rate atau tingkat perpindahan nasabah ke bank lain.

2. Rekomendasi Positif

Nasabah yang puas lebih mungkin merekomendasikan bank kepada teman, keluarga, dan kolega mereka. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini sangat berharga karena dapat menarik nasabah baru tanpa biaya pemasaran tambahan.

3. Peningkatan Reputasi Bank

Kepuasan nasabah yang tinggi berkontribusi pada reputasi positif bank. Reputasi yang baik di pasar meningkatkan kepercayaan publik dan menarik lebih banyak nasabah serta investor.

4. Peningkatan Profitabilitas

Nasabah yang puas cenderung menggunakan lebih banyak produk dan layanan bank, seperti membuka akun tambahan, mengambil pinjaman, atau menggunakan kartu kredit. Ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan profitabilitas bank.

5. Mengurangi Biaya Operasional

Nasabah yang puas lebih jarang mengajukan keluhan dan lebih sedikit memerlukan dukungan pelanggan. Ini dapat mengurangi biaya operasional yang terkait dengan penanganan keluhan dan masalah layanan.

Ada beberapa tujuan kepuasan nasabah yang juga diungkapkan oleh Tjiptono (2019:100) sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Layanan

Memastikan bahwa nasabah menerima pelayanan yang berkualitas tinggi dalam setiap interaksi mereka dengan bank. Ini melibatkan peningkatan keterampilan staf, penggunaan teknologi yang efisien, dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan nasabah.

2. Menjaga Hubungan Jangka Panjang

Membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui layanan yang konsisten dan produk yang relevan dengan kebutuhan mereka. Hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan nasabah merupakan aset penting bagi bank.

3. Mengidentifikasi dan Memenuhi Kebutuhan Nasabah

Memahami dan merespons kebutuhan serta preferensi nasabah dengan cepat dan tepat. Hal ini melibatkan penyesuaian produk dan layanan agar sesuai dengan keinginan nasabah yang terus berkembang.

4. Meningkatkan Inovasi Produk

Mendorong pengembangan produk dan layanan baru yang inovatif dan menarik bagi nasabah. Ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah dan memberikan nilai tambah bagi nasabah.

5. Meminimalkan Keluhan Nasabah

Mengurangi jumlah dan tingkat keluhan nasabah dengan memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan memenuhi atau melampaui harapan mereka. Penanganan yang efektif terhadap keluhan yang muncul juga merupakan bagian dari tujuan ini.

6. Meningkatkan Pengalaman Nasabah

Mengoptimalkan seluruh pengalaman nasabah, dari saat pertama kali mereka berinteraksi dengan bank hingga layanan purna jual. Pengalaman yang positif pada setiap titik kontak dengan bank akan meningkatkan kepuasan keseluruhan.

2.2.4 Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah diukur dari sebaik apa harapan konsumen terpenuhi. Kepuasan nasabah merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kotler dan Armstrong (2017:321), menyatakan ada beberapa cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu, sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran.

Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi yang strategis, kartu komentar dan lain-lain.

2. Ghost shopping (*mystery shopping*).

Cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghostshopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai nasabah potensial pada perusahaan dan pesaing.

3. *Lost customer analysis*.

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah pindah pemasok supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan. Survei kepuasan pelanggan. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

Kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuai yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Griffin (2017:55), menyatakan ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu, sebagai berikut:

1. Respon.

yakni type dan intensitas kepuasan nasabah merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.

2. Fokus.

yakni fokus pada performansi objek disesuaikan dengan beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

3. Waktu respon.

yakni respon terjadi pada waktu tertentu, setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Sebagai tambahannya durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.2.5 Indikator-indikator Kepuasan Nasabah

Penerapan konsep kualitas layanan dianggap memberikan kepuasan kepada nasabah apabila nasabah merasa senang, tidak mengeluh dan mendapatkan pelayanan yang konsisten. Sebagai pihak yang melayani hanya akan tahu tingkat kepuasan masing-masing nasabah. Tjiptono (2017:453), menyatakan ada beberapa indikator-indikator kepuasan nasabah yaitu, sebagai berikut:

1. Kepuasan nasabah keseluruhan
Yakni nasabah langsung ditanya seberapa puas produk atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi.
2. Dimensi kepuasan nasabah
Yakni mengidentifikasi kunci-kunci kepuasan nasabah dan meminta nasabah menilai langsung produk atau jasa tersebut.
3. Konfirmasi harapan
Yakni kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan nasabah dengan produk yang dikonsumsi.
4. Kesiediaan untuk merekomendasi
Yakni kesiediaan nasabah merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarga.
5. Minat pembelian ulang
Yakni kepuasan nasabah yang diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan nasabah apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
6. Ketidakpuasan nasabah
Yakni meliputi complain, retur, biaya garansi, *product recall* dan nasabah yang beralih ke pesaing

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas merupakan salah satu alat utama untuk *positioning* menetapkan posisi bagi pemasar. Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak (Sigit & Soliha, 2017).

Setiap organisasi (baik profit maupun non profit) didirikan dengan tujuan-tujuan tertentu, di antaranya meraih laba, mendapatkan pangsa pasar spesifik, mempertahankan eksistensi, meraih tingkat penjualan tertentu, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan sosial, dan sebagainya. Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya menghasilkan suatu produk (baik yang bersifat konkrit maupun abstrak) yang kemudian ditawarkan kepada pasar individu maupun organisasional (Tjiptono, 2021:104). Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut (Kotler & Amstrong, 2019).

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari uasahnya. Pelanggan akan membeli produk yang marasa cocok, oleh karena itu perusahaan harus menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan keinginan nasabah agar pemasaran produk berhasil. Produk adalah sesuatu yang dapat memberi manfaat baik untuk keperluan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen, dan biasanya digunakan untuk dikonsumsi bagi kebutuhan jasmani maupun rohani. Menurut Philip Kotler, yang dikutip dari Kasmir (2021:123), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk

dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Menurut Kasmir (2021:216) Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, bagaimana pun wujudnya selama itu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang maka disebut sebagai produk. Maka dari itu produk dapat disimpulkan bahwa sesuatu yang dapat memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau suatu yang dapat dikonsumsi oleh konsumen. Kotler (2021:49), mendefinisikan kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya (Machfoedz, 2021:125).

Disamping kualitas pelayanan, kualitas produk yang ditawarkan oleh bank juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas produk, kepuasan nasabah semakin meningkat. Kualitas produk adalah evaluasi menyeluruh atas kinerja produk. Kualitas produk perbankan direfleksikan oleh kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah, kecukupan lini produk, tingkat bunga dan kualitas produk penunjang seperti mobile banking dan ATM. Saat kualitas produk dinilai baik oleh nasabah, maka komitmen nasabah pada bank tersebut semakin tinggi. (Amry, 2019).

Kasmir (2021: 63), menyatakan bahwa produk atau jasa adalah sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dalam perspektif syariah komponen tawaran (*offers*) yaitu produk yang didasari dengan nilai. Kualitas produk dalam konteks perbankan adalah seberapa baik produk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan manfaat bagi konsumen. Parasuraman (2019), mendefinisikan kualitas produk sebagai

kebermanfaatan produk. Kualitas produk yang semakin baik mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Elemen-elemen penting dari kualitas produk tabungan mencakup beberapa aspek yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk tersebut. Pertama, tingkat suku bunga yang kompetitif menjadi salah satu elemen utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan. Suku bunga yang menarik akan meningkatkan daya tarik produk tabungan, menginspirasi nasabah untuk menyimpan dan berinvestasi dalam jangka panjang. Kedua, fitur dan fasilitas yang disertakan dalam produk tabungan juga sangat penting. Fitur seperti penarikan tunai, transfer antar rekening, dan layanan perbankan digital yang mudah digunakan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah. Ketiga, fleksibilitas dalam manajemen tabungan, seperti minimal saldo, biaya administrasi, dan kebijakan penarikan dana, juga merupakan faktor penentu kualitas produk tabungan. Nasabah menginginkan produk tabungan yang memberikan kemudahan dalam pengelolaan keuangan mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. Keempat, pelayanan pelanggan yang responsif dan profesional menjadi elemen penting lainnya dalam menilai kualitas produk tabungan. Bank yang mampu memberikan layanan yang ramah, cepat tanggap, dan solutif akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dengan memperhatikan elemen-elemen ini secara holistik, bank dapat memastikan kualitas produk tabungan yang optimal, memenuhi harapan nasabah, dan memperkuat posisi mereka dalam persaingan pasar perbankan (Aisha, 2020:30).

Kualitas produk dalam perbankan syariah merupakan ukuran yang penting untuk menilai sejauh mana produk-produk yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan prinsip-prinsip syariah serta kebutuhan nasabah. Produk perbankan syariah harus mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam, seperti larangan riba (bunga), spekulasi, dan transaksi yang mengandung ketidakpastian (gharar). Selain itu, kualitas produk juga mencakup kesesuaian dengan

kebutuhan dan preferensi nasabah, transparansi dalam struktur biaya dan mekanisme profit sharing, keandalan, keterpercayaan, serta kemampuan untuk melakukan inovasi. Dengan menjaga kualitas produk yang tinggi, bank syariah dapat membangun kepercayaan nasabah, memenuhi harapan mereka, dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri perbankan syariah secara keseluruhan (Ahmad, 2020:110).

2.3.2 Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam (Santosa, 2019) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Menurut David Garvin dalam buku (Tjiptono & Chandra, 2019) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja)
Yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan)
Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. *Reliability* (reliabilitas)
Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan)
Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan

6. Serviceability

Yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.

2.3.3 Manfaat dan Tujuan Kualitas Produk

Kualitas produk suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. (Ariani, 2020:47) mengatakan ada tujuh manfaat dari pentingnya kualitas produk, yaitu:

1. Meningkatkan reputasi perusahaan

Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat.

2. Menurunkan biaya

Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada (*customer satisfaction*), yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.

3. Meningkatkan pangsa pasar

Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.

4. Dampak internasional

Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal dipasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional.

5. Adanya tanggung jawab produk

Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

6. Untuk penampilan produk

Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.

7. Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting

Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.

Adapun tujuan kualitas produk tabungan yang di kemukakan juga oleh Ariani, (2020:62) adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi Kebutuhan Nasabah

Mengembangkan produk tabungan yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan finansial nasabah, seperti tabungan reguler, tabungan haji, atau tabungan pendidikan. Produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik nasabah akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

2. Meningkatkan Kemudahan dan Kenyamanan

Menyediakan produk tabungan yang mudah diakses dan digunakan oleh nasabah. Hal ini mencakup fitur-fitur seperti mobile banking, internet banking, dan ATM yang tersedia di banyak lokasi, serta proses pembukaan akun yang cepat dan sederhana.

3. Menawarkan Keuntungan Kompetitif

Memberikan manfaat yang kompetitif seperti bunga yang menarik, bebas biaya administrasi, atau program loyalitas yang menarik. Keuntungan ini

akan membuat produk tabungan lebih menarik dibandingkan dengan produk serupa dari bank lain.

4. Keamanan Dana Nasabah

Menjamin bahwa dana yang disimpan oleh nasabah dalam produk tabungan aman dari risiko kehilangan. Ini termasuk penerapan sistem keamanan yang kuat dan jaminan dari lembaga penjamin simpanan.

5. Transparansi dan Kejelasan Informasi

Memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai produk tabungan, termasuk mengenai bunga, biaya, dan syarat-syarat lainnya. Nasabah harus merasa yakin bahwa mereka memahami sepenuhnya bagaimana produk tersebut bekerja.

6. Inovasi dan Pengembangan Berkelanjutan

Terus mengembangkan dan memperbarui produk tabungan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar. Inovasi yang berkelanjutan akan memastikan produk tabungan tetap relevan dan menarik bagi nasabah.

7. Pelayanan Pelanggan yang Prima

Menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan profesional untuk membantu nasabah dengan berbagai kebutuhan dan masalah terkait produk tabungan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan pengalaman nasabah dan kepuasan mereka.

8. Meningkatkan Literasi Keuangan Nasabah

Menedukasi nasabah tentang pentingnya menabung dan bagaimana memaksimalkan manfaat dari produk tabungan yang tersedia. Literasi keuangan yang baik akan membantu nasabah membuat keputusan yang lebih baik mengenai tabungan mereka.

9. Memperkuat Loyalitas Nasabah

Membangun hubungan yang kuat dengan nasabah melalui produk tabungan yang berkualitas tinggi dan layanan yang memuaskan. Loyalitas nasabah yang tinggi akan berdampak positif pada stabilitas dan pertumbuhan bank.

10. Mendukung Tujuan Keuangan Jangka Panjang Nasabah

Membantu nasabah mencapai tujuan keuangan mereka, seperti pembelian rumah, pendidikan anak, atau persiapan pensiun, melalui berbagai produk tabungan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

2.3.4 Indikator-indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa indikator kualitas produk antara lain Kinerja (*Performance*), Fitur (*feature*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Realibility*), *Serviceability*, *Desain* dan kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*). Menurut Garvin dalam Aritonang (2017), mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai sesuai dengan kebutuhan.
2. Fitur (*features*) meliputi karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk.
3. Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan
4. Keandalan (*Reliability*) Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan dalam memperbaiki keinginan konsumen.
5. Pelayanan (*serviceability*) yaitu kemampuan dalam melayani atau kecepatan perbaikan suatu produk.
6. Kesesuaian dengan spesfifikasi (*Conformance with Spesifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi keinginan konsumen sesuai dengan standar-standar yang telah ditetapkan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan, Tjiptono (2019:51).

Sinambela (2017:3) mengatakan bahwa istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Kotler (2021:83) mendefinisikan pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan pada satu produk fisik.

Pasolong (2018:4) menyatakan bahwa pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Purnama (2017:67) mengatakan kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan (persepsi) dengan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Tjiptono (2019:99) mendefinisikan secara menyeluruh kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata telah mereka terima.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan

dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Berdasarkan dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan suatu pemenuhan harapan konsumen kepada perusahaan terhadap suatu produk atau layanan yang telah diterima oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan dalam pandangan Islam menyatakan bahwa, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa, hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT, sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ
اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”*. (QS.2: 267).

Di dalam ayat diatas yang Allah memberikan gambaran seharusnya bagi orang yang mengeluarkan infak harta, yakni harus ikhlas karena Allah, berniat mensucikan diri dan menjauhkan perasaan riya. Setelah Allah menjelaskan sikap yang seharusnya dipakai oleh orang menginfakkan hartanya, yakni tidak menyebutkan amalnya dan tidak menyakiti, maka gambaran Allah itu sangat jelas, yang di dalamnya terkandung tuntunan yang berkaitan dengan si pemberi

infak dan cara-cara memberikannya. Lalu, Allah menjelaskan tentang jenis harta yang akan di infakkan oleh yang bersangkutan. Yakni, hendaknya harta tersebut dari jenis yang paling baik dan disenangi oleh pemberi agar tuntunan dan nasehat infak di jalan Allah ini menjadi bulat dan sempurna (Ahmad Musthafa Al-Maraghiy, dalam Mubarokati, 2017).

Kaitanya dengan kualitas pelayanan menurut tafsir di atas adalah bahwa kita diperintahkan untuk menginfakkan harta kita, namun dalam hal ini bukan hanya harta yang berbentuk material saja yang wajib kita keluarkan, tetapi dalam bentuk non-material juga seharusnya kita berikan. Harta dalam bentuk non-material yaitu jasa, yakni kita sebagai pemberi jasa harus berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan jasa yang dibutuhkan oleh penerima jasa (nasabah) dengan baik, karena kita sendiri juga tidak akan menerima kalau seseorang tidak memperlakukan kita dengan baik (Mubarokati, 2017).

2.4.2 Faktor-faktor Penentu Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Utami (2017: 263-264) menyatakan ada empat faktor-faktor yang dapat menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1. Memberi informasi dan pelatihan

Karyawan toko atau penyedia jasa harus memahami barang dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga dengan informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan dan menyarankan produk ke nasabah.

2. Menyediakan dukungan emosional

Layanan penyedia jasa harus mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan.

3. Meningkatkan komunikasi internal dan menyediakan pendukung
Ketika melayani pelanggan, karyawan sering harus mengatur konflik antara kebutuhan nasabah dan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan yang bertanggung jawab diberi untuk menyediakan layanan diberi hak untuk membuat keputusan penting, biasanya kualitas layanannya justru meningkat.

4. Menyediakan perangsang
Beberapa ritel menggunakan perangsang, seperti membayar komisi pengawas, memberikan komisi untuk target penjualan untuk memotivasi karyawan, dan perangsang ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

Kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Tjiptono (2017:160-164) juga menyatakan ada beberapa faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik unik dari jasa atau layanan adalah *inseparability*, yang artinya jasa atau layanan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan sehingga hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi nasabah dalam proses penyampaian layanan. Beberapa hal yang mungkin dapat memunculkan dampak negatif terhadap persepsi kualitas layanan adalah:

- 1) Tidak terampil dalam melayani nasabah.
- 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- 3) Tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan.
- 4) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan nasabah.
- 5) Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai.

Dukungan tersebut bisa berupa peralatan (perkakas atau peralatan, material, pakaian seragam), pelatihan keterampilan, maupun informasi (misalnya prosedur operasi), selain itu juga pemberdayaan karyawan seperti kemampuan untuk mengendalikan dan menguasai cara melaksanakan pekerjaan dan tugasnya.

4. Gap komunikasi; gap komunikasi bisa berupa:

- 1) Penyedia layanan memberikan janji yang terlalu berlebihan, sehingga tidak mampu untuk memenuhinya.
- 2) Penyedia layanan tidak bisa selalu atau salah menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
- 3) Pesan komunikasi yang disampaikan oleh penyedia layanan tidak dipahami nasabah.
- 4) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan atau saran yang disampaikan oleh para pelanggan.

5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.

Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual.

6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan.

Bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada.

7. Visi bisnis jangka pendek.

Misalnya orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya.

2.4.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan secara sederhana dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. (Samuel, *et al.*, 2018:91) menyatakan terdapat empat karakteristik pelayanan yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*).

Tidak seperti barang yang dijual, layanan tidak bisa dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*).

Service Inseparability mengandung arti bahwa nasabah merupakan bagian dari produk.

3. Berubah-ubah (*variability*).

Layanan sifatnya berubah-ubah, artinya layanan tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimana serta bagaimana layanan tersebut disediakan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*).

Layanan tidak dapat disimpan dan tidak bertahan lama.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sisi-sisi produk baik barang maupun jasa yang diinginkan oleh nasabah yang harus diketahui oleh perusahaan untuk pemuasan kebutuhan nasabah. Garvin (2017:12-18) menyatakan ada delapan karakteristik kualitas pelayanan yaitu, sebagai berikut:

1. *Performance*.

Yaitu karakteristik operasi pokok suatu produk inti.

2. *Feature*.

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, dapat juga dikatakan sebagai keistimewaan tambahan.

3. *Reliability*.

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4. *Conformance.*

Yaitu sejauh mana karakteristik desain produk dan operasi memenuhi standard yang ditetapkan sebelumnya.

5. *Durability*

Yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.

6. *Serviceability.*

Yaitu meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah dereparasi: serta penanganan keluhan yang memuaskan.

7. *Aesthetic.*

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

8. *Perceived quality*

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap produk tersebut.

Karakteristik kualitas pelayanan dalam perbankan syariah mencakup sejumlah aspek yang penting untuk diperhatikan guna memastikan kepuasan nasabah dan pemenuhan prinsip-prinsip syariah. Berikut adalah beberapa karakteristik kualitas pelayanan perbankan syariah (Fatimah, 125) :

1. Kepatuhan Syariah

Kualitas pelayanan perbankan syariah ditandai dengan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup larangan terhadap riba (bunga), spekulasi, dan praktik-praktik yang bertentangan dengan ajaran Islam.

2. Transparansi

Bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada nasabah mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang mereka tawarkan. Hal ini meliputi struktur biaya, syarat dan ketentuan, serta pembagian keuntungan atau kerugian dalam produk-produk investasi.

3. Kepastian Hukum (*Legal Certainty*)

Nasabah perlu merasa yakin bahwa transaksi-transaksi yang mereka lakukan dengan bank syariah memiliki dasar hukum yang jelas dan sah sesuai dengan syariah. Ini mencakup pembuatan perjanjian yang terperinci dan jelas serta kejelasan mengenai hak dan kewajiban kedua belah pihak.

4. Keprofesionalan

Bank syariah harus menjaga standar profesionalitas yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini meliputi keterampilan staf dalam memberikan informasi dan solusi, tingkat keamanan dalam melakukan transaksi, serta penanganan keluhan dan masalah nasabah dengan cepat dan efisien.

5. Penghargaan terhadap Nilai-nilai Etika

Kualitas pelayanan perbankan syariah mencerminkan penghargaan terhadap nilai-nilai etika dan moral dalam bisnis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial. Bank syariah harus bertindak secara bertanggung jawab terhadap nasabah, masyarakat, dan lingkungan.

6. Pengembangan Hubungan Jangka Panjang

Bank syariah perlu membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan dengan nasabah. Ini melibatkan upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan nasabah serta memberikan solusi finansial yang tepat sesuai dengan perubahan kebutuhan mereka dari waktu ke waktu.

2.4.4 Tujuan dan Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka tujuan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi untuk memastikan nasabah merasa puas dengan setiap interaksi mereka dengan bank. Kepuasan ini mencakup aspek kecepatan, kenyamanan, dan keramahan dalam pelayanan.

2. Membangun Loyalitas Nasabah

Melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas, bank dapat membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk dan layanan bank.

3. Meningkatkan Citra dan Reputasi Bank

Pelayanan yang unggul membantu membangun citra positif dan reputasi baik di mata nasabah dan publik secara umum, yang dapat menarik lebih banyak nasabah baru.

4. Mengurangi Keluhan dan Masalah

Dengan memberikan pelayanan yang baik, bank dapat mengurangi jumlah keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih tenang dan produktif.

5. Mempercepat Penyelesaian Masalah

Tujuan kualitas pelayanan juga mencakup penyelesaian cepat dan efisien terhadap setiap masalah atau keluhan yang diajukan oleh nasabah, untuk memastikan bahwa mereka merasa dihargai dan diperhatikan.

Dalam hal ini terdapat juga manfaat dari kualitas pelayanan yaitu, sebagai berikut:

1. Nasabah akan setia

Nasabah akan setia kepada perusahaan karena nasabah merasa pelayanan perusahaan sangat baik, nasabah bisa jadi akan menjadi nasabah tetap perusahaan tersebut.

2. Nasabah bisa menjadi media iklan

Nasabah bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan nasabah terhadap pelayanan perusahaan, nasabah bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin.
Dengan semakin banyaknya nasabah tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan nasabah, karena sudah adanya para nasabah tetap tersebut.
4. Nasabah tidak akan memperlakukan mengenai harga karena rasa kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, maka nasabah tidak akan memperlakukan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan
5. Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
Kebutuhan nasabah bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka nasabah akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.
6. Nama baik perusahaan meningkat hal ini dikarenakan semakin banyaknya nasabah yang merasa puas dan menjadi nasabah yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua nasabah.
7. Unggul dalam persaingan bisnis perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena nasabah telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

2.4.5 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain, dimana pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima. Parasuraman (2018:26) menyatakan ada lima indikator-indikator kualitas pelayanan yaitu, sebagai berikut:

1. Daya tanggap (*Responsiveness*).

Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

- 1) Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.
- 2) Memberikan penjelasan yang mendetail.
- 3) Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai.
- 4) Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani.
- 5) Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan.

2. Jaminan (*Assurance*).

Suatu organisasi kerja sangat memerlukan adanya kepercayaan yang diyakini sesuai dengan kenyataan bahwa organisasi tersebut mampu memberikan kualitas layanan yang dapat dijamin sesuai dengan:

- 1) Mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan.
- 2) Mampu menunjukkan komitmen kerja yang tinggi sesuai dengan bentuk-bentuk integritas kerja.
- 3) Mampu memberikan kepastian atas pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan.

3. Bukti Fisik (*Tangible*).

Identifikasi kualitas layanan fisik (*tangible*) dapat tercermin dari :

- 1) Kemampuan menunjukkan prestasi kerja dalam menggunakan alat-alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
- 2) Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi otomasi kerja.
- 3) Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan dan dedikasi dalam bekerja.

4. Empati (*Empathy*).

Suatu bentuk kualitas layanan dari empati pemberi pelayanan terhadap yang mendapatkan pelayanan harus diwujudkan dalam:

- 1) Mampu memberikan perhatian terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan.
 - 2) Mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja pelayanan yang diberikan.
 - 3) Mampu menunjukkan rasa simpatik kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan.
 - 4) Mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang diungkapkan.
 - 5) Mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan.
- #### 5. Kehandalan (*Reliability*).

Kehandalan dari seorang karyawan yang berprestasi, dapat dilihat dari berikut ini:

- 1) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya.
- 2) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimiliki.
- 3) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimiliki.
- 4) Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raudhatul Zahrah Rahfizah (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan“. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah sedangkan variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB Hasanah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan regresi berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi, dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen ($\alpha=0,05$) yang diolah dengan bantuan alat SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,935 dan kualitas produk tabungan iB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian dan jumlah sampelnya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Atiqoh Wahyuningsih, (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Arta Sejahtera“. Analisis teknik data pengambilan sampel menggunakan insidental sampling, uji validitas dan reliabilitas digunakan dalam instrumen penelitian serta pengujian uji-T (Persial), Uji-F (Serentak) dan uji R² (Identifikasi Determinasi). Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh variabel kualitas pelayanan (X1)

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah atau karena t . Sig 0,004 lebih kecil dari $= 0,05$ maka secara signifikan kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk (X2) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah atau karena t .sig (0,37) lebih besar dari $= 0,05$ maka secara signifikan kualitas produk (X2) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F, nilai sebesar 9,783 sedangkan nilai sebesar 3,22 ($>$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap kepuasan nasabah. Hasil R square $R^2 = 0,323$ yang berarti 32,3% dari variasi variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya (independen), sedangkan sisanya 67,7% dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar penelitian ini. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian dan jumlah sampelnya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Nawang Sigit (2017) yang berjudul “Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah”. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Kredit Usaha Rakyat BRI Unit Warungasem. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah Kredit Usaha Rakyat di BRI Cabang Batang Unit Warungasem yang sudah mengambil minimal dua kali kredit KUR. Pengukuran jawaban instrumen menggunakan skala likert 1-7 alternatif jawaban. Pengujian instrumen menggunakan validitas dan reliabilitas, pengujian model menggunakan koefisien determinasi, dan uji F (*goodness of fit*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t . Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Kualitas Produk,

kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang menjadi perbedaannya adalah pada penelitian ini membahas loyalitas nasabah, objek penelitian, *skala likert* yang digunakan dan jumlah sampelnya.

4. Penelitian yang dilakukan Nurdina (2021) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di PT Bank Mandiri Jakarta)". Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer, yaitu memperoleh informasi langsung dari responden melalui kuesioner dan melalui wawancara dengan PT Bank Mandiri Tbk Kelapa Gading, Jakarta Utara. Hasil penelitian ini adalah kualitas layanan dan kualitas produk secara bersamaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil tes F dan sebagian ditunjukkan dari tes t. Berdasarkan hasil olah data yang dibuat maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Secara bersama-sama (simultan) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah. Dan

yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian, dan jumlah sampelnya.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Solikha Nurtrianti (2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang)". Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga yang berjumlah 5.400 orang. Jumlah sampel 98 nasabah dengan metode pengambilan sampel memakai rumus *slovin*. Pengumpulan data memakai kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari beberapa indikator yang ada dalam variabel kualitas produk yang berpengaruh sekali yakni indikator kualitas yang dipersepsikan yang mana nasabahnya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga telah mengidentifikasi atribut dan ciri-ciri produk yang hendak dipakai. Harga berpengaruh positif pada kepuasannya nasabah. Melalui beberapa indikator yang ada di variabel harga yang berpengaruh sekali yakni indikator kesesuaian harga dan kualitas produk yang mana nasabahnya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga telah mengerti jika harga yang besar belum pasti berkualitas baik, adapun harga yang kecil tidak pasti berkualitas buruk. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasannya nasabah. Oleh beberapa indikator yang ada dalam variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh sekali yakni indikator responsiveness (ketanggapan) yang mana nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga sudah merasa puas atas terdapat pelayanan yang cepat, tepat dan cermat.

Berikut ini tabel penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti/ Tahun/Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Raudhatul Zahrah Rahfizah, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan.	Menggunakan regresi linier berganda, dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.	Hasil secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan kualitas produk tabungan iB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2.	Atiqoh Wahyuningsih, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Arta Sejahtera.	Menggunakan teknik insidental sampling dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.	Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah atau karena $t_{sig} (0,37)$ lebih besar dari $= 0,05$, maka secara signifikan kualitas produk (X2) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Nama Peneliti/ Tahun/Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3.	Kharisma Nawang Sigit, (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah.	Menggunakan regresi linier berganda, dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah.

4.	Nurdina, (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di PT Bank Mandiri Jakarta).	Menggunakan Metode kuantitatif deskriptif, Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil olah data secara parsial kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta. Secara bersama-sama (simultan) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Tbk Jakarta.
5.	Solikha Nurtrianti, (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang".	Menggunakan Metode kuantitatif deskriptif, Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari beberapa indikator yang ada dalam variabel kualitas produk yang berpengaruh sekali yakni indikator kualitas yang dipersepsikan yang mana nasabahnya Bank BRI Syariah KCP Purbalingga telah mengidentifikasi atribut dan ciri-ciri produk yang hendak dipakai.

Sumber: data diolah (2023)

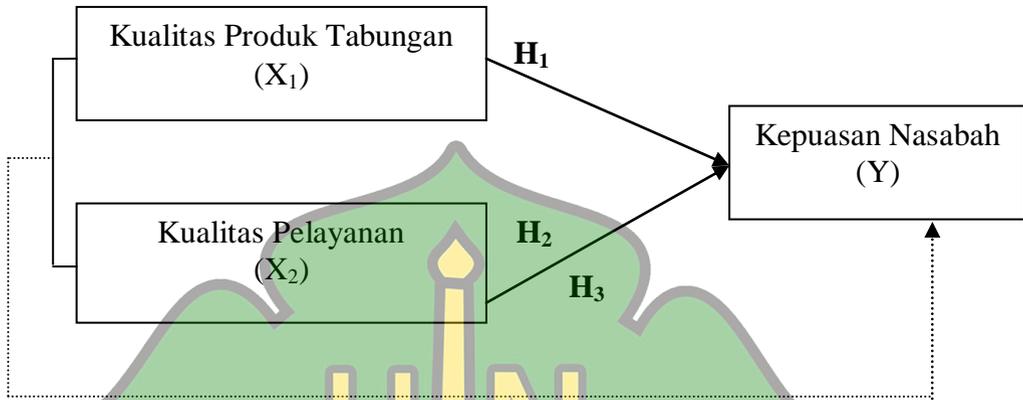
Dari beberapa penelitian di atas, dapat dilihat bahwa secara umum terdapat persamaan dalam hal pengambilan variabel independen yang diteliti yaitu kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan. Adapun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada sampel dan objek penelitian yang akan diteliti yaitu lokasi penelitian dimana terdapat perbedaan karakter dengan penelitian terdahulu.

2.6 Kerangka Berfikir

Berdasarkan pada penelitian terdahulu mengenai hasil uji emperikal menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tabungan dan variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh kharisma (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah, disusul oleh penelitian Nurdina (2021) yang juga membuktikan bahwa kualitas produk tabungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

Pada variabel kualitas pelayanan hasil temuan yang diungkapkan oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Raudhatul (2020) menyatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, selanjutnya penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atiqoh (2019) yang juga menggunakan dan menguji variabel kualitas pelayanan penelitian tersebut menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut secara parsial maupun simultan membuktikan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Beberapa penelitian yang dijelaskan di atas telah menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan. Hasil penelitian tersebut mendasari kerangka pemikiran penelitian ini, sehingga dapat disusun sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berpikir



Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 2.1 kerangka berpikir yang digambarkan adalah variabel kualitas produk tabungan (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) sebagai variabel bebas yang dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

2.7 Hipotesis Penelitian

Dalam kaitannya dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis yaitu:

- H1: Kualitas produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
- H3: Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Sugiyono, 2017:19).

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar, yang beralamat Jl. Soekarno-Hatta, Desa Lampeuneurut, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar. Pembahasan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017;21) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah yang ada pada Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar dari tahun 2021 s/d 2023 hingga periode 20 september 2023 memiliki jumlah sebanyak 3.304 nasabah.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2017:81) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan batasan-batasan sesuai dengan prosedur penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil dapat benar-benar mewakili populasinya, kita memerlukan suatu standar ataupun cara dalam menentukan sampel. Dikarenakan jumlah populasi sudah melebihi 100 populasi, maka peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk memperkecil jumlah sampel. Secara Matematis, Rumus *Slovin* yang kita gunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error

Sumber: Wiratna Sujarweni (2015:16).

Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 3.304 nasabah, maka untuk dijadikan sampel bisa digunakan rumus *slovin*, sehingga jumlah sampel yang diambil benar-benar bisa mencakupi atau mewakili dari seluruh populasi.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3.304}{1 + 3.304 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{3.304}{1 + 3,304}$$

$$n = 360$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *slovin*, maka diketahui jumlah sampelnya dibulatkan menjadi 360 nasabah yang ada pada Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang akurat serta lebih spesifik, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (Kuesioner).

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi dokumentasi

Yaitu mengumpulkan dan mempelajari data atau dokumen yang mendukung penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada masing-masing responden untuk mengetahui tanggapan setiap responden tentang pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan kuesioner online (Google Form), Responden dapat mengakses kuesioner tersebut melalui tautan yang dibagikan melalui wa. Mereka kemudian mengisi kuesioner secara elektronik menggunakan perangkat ponsel. Keuntungan utama dari kuesioner online adalah kemudahan dalam penyebaran, pengumpulan data secara *real-time*, dan kemudahan dalam analisis data dengan menggunakan fitur otomatisasi seperti grafik dan statistik.

3.5 Skala Pengukuran

Skala likert digunakan oleh para peneliti guna mengukur persepsi atau sikap seseorang. Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh para peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden. Kemudian responden diminta memberikan pilihan jawaban atau respon terhadap skala ukur yang disediakan. Sugiyono (2017:93) dalam *skala likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item pertanyaan, seperti pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

No.	Alternatif Jawaban	Skor Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:93)

3.6 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono (2017:58) berpendapat operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian kedalam konsep dimensi dan indikator. Berikut ini konsep serta variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen kepuasan nasabah (Y) dan variabel independen yaitu pengaruh kualitas produk tabungan (X_1), dan pengaruh kualitas pelayanan (X_2) seperti pada Tabel 3.3.

Tabel 3.2
Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item
1.	Kualitas Produk Tabungan (X ₁)	<p>Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut.</p> <p>(Kotler & Amstrong, 2012)</p>	<p>1. <i>Performance</i> (kinerja)</p> <p>2. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan)</p> <p>3. <i>Reliability</i> (Kehandalan)</p> <p>4. <i>Confermance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)</p> <p>5. <i>Durability</i> (daya tahan)</p> <p>6. <i>Serviceability</i> (Pelayanan)</p> <p>Aritonang (2017)</p>	<i>Likert</i>	A1-A6
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	<p>Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik.</p> <p>Tjiptono (2016:99)</p>	<p>6. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <p>7. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <p>8. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</p> <p>9. Empati (<i>Empathy</i>)</p> <p>10. Kehandalan (<i>Reliability</i>)</p> <p>Parasuraman (2018:26)</p>	<i>Likert</i>	B1-B5
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan nasabah adalah</p>	<p>1. Kepuasan konsumen keseluruhan</p> <p>2. Dimensi kepuasan konsumen</p>	<i>Likert</i>	C1-C6

	perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.	3. Konfirmasi harapan 4. Kesiediaan untuk merekomendasi 5. Minat pembelian ulang 6. Ketidakpuasan konsumen		
	Tjiptono (2017:61)	Tjiptono (2017:453)		

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen (Sugiyono, 2017:168). Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Alat ukur validitas adalah *korelasi product moment* dari *pearson*, suatu indikator dikatakan valid, apabila $n = 50$ dan $\alpha = 0,05$, maka $r_{table} = 0,273$ dengan ketentuan hasil $r_{hitung} > r_{table} (0,273)$ valid dan hasil $r_{hitung} < r_{table} (0,273)$ tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017:196) berpendapat uji reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk pengujian penelitian ini menggunakan perhitungan reliabilitas dengan statistik *cronbach alpha* yang mendekati 1 (satu), itu menunjukkan bahwa pengukuran yang dipakai benar dengan mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2017:121) suatu variabel dikatakan reliabilitas, apabila $\alpha \geq 0,60 =$ reliabel dan $\alpha \leq 0,60 =$ tidak reliabel

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Ghozali (2018:110) uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018:105) uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), multikolinearitas tidak terjadi bila nilai $VIF \leq 10$ atau $Tolerance \geq 0,10$.

3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2018:139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah studi yang menjelaskan mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Ghozali, 2018:43). Untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti menggunakan analisis regresi berganda. Sugiyono (2017:103) berpendapat Analisis Regresi Berganda digunakan oleh peneliti bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel dependen (kriterium) bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk tabungan (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y), adapun bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| Y | = Kepuasan nasabah |
| α | = Konstanta |
| X_1 | = Kualitas produk tabungan |
| X_2 | = Kualitas pelayanan |
| β_1 , dan β_2 , | = Koefisien regresi X_1 , dan X_2 |
| e | = <i>Error term</i> |

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *Standardized Beta Coefficients*, dalam hal ini disebabkan unit ukuran dari variabel independen tidak sama. Keuntungan menggunakan *Standardized Beta Coefficients* adalah dapat mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen (Ghozali, 2016: 102).

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t (Parsial)

Sugiyono (2017:244) uji t dikenal dengan istilah uji parsial adalah pengujian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df = (n - k - 1)$ dengan membuat keputusan hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Dengan uji satu sisi. Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H01: Kualitas produk tabungan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
- Ha1: Kualitas produk tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
- H02: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
- Ha2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

3.10.2 Uji F (Simultan)

Sugiyono (2017:264) uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Tingkat Signifikan dengan taraf nyata 5% dengan derajat bebas $df =$

(n-k) ingat bahwa n adalah jumlah data pengamatan, sedangkan k adalah jumlah variabel. Dasar pengambilan keputusan pengujian:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H03: Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Ha3: Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018;97) mengatakan koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil PT. Bank Aceh Syariah Kcp. Lampeuneurut

PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar adalah sebuah cabang dari Bank Aceh Syariah yang beroperasi di wilayah Lampeuneurut, Aceh Besar yang beralamat di Jl. Soekarno–Hatta, Desa Lampeuneurut, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar. Sebelum menjadi KCP, PT. Bank Aceh Syariah Lampeuneurut ini merupakan kantor kas kecil Bank Aceh Syariah yang didirikan pada tanggal 17 september 2015, namun pada tanggal 4 April 2018 kantor kas kecil ini diresmikan sebagai kantor cabang pembantu (KCP) Lampeuneurut, Aceh Besar. Sebagai bagian dari jaringan Bank Aceh Syariah, cabang ini mengusung prinsip-prinsip syariah dalam semua aspek operasionalnya. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut bertujuan untuk memberikan layanan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam kepada masyarakat di sekitar wilayah tersebut. Cabang ini menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan syariah, mulai dari tabungan, pembiayaan, hingga layanan perbankan digital, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas, responsif, dan profesional kepada nasabahnya. Dengan demikian, cabang ini berperan sebagai salah satu entitas penting dalam mendukung inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi syariah di wilayah Lampeuneurut, Aceh Besar, serta berkontribusi dalam memperkuat jaringan perbankan syariah secara keseluruhan di Indonesia.

Bank Aceh merupakan bank lokal pertama daerah Aceh yang kepemilikannya adalah dominan kepada Pemerintah Aceh. Bank Aceh ini dicetus oleh prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh

sekarang disebut dengan Pemerintah Provinsi Aceh. Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh menyetujui pendirian bank daerah dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. Menunjuk Notaris Pangihutan Tomboenan, wakil notaris di Kutaraja untuk mendirikan PT yang bernama “Bank Kesejahteraan Atjeh, NV”. Pada tanggal 2 Februari 1960 barulah mendapatkan izin dari Menteri Keuangan dengan surat keputusan No. 12096/BUM/II serta pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/ 9 tanggal 18 Maret 1960. bank kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh direktur Utama Teuku Dja’far dan komisaris terdiri atas Teuku Sulaiman Polem, Muhammad Sanusi dan Abdullah bin Mohammad Hoesin. Demikian ditetapkannya UU no. 13 Th 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah maka bank menyesuaikan undang-undang sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan 39 bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana. Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum maupun hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978,

Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999. Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Sebagai daerah yang memperoleh keistimewaan untuk menerapkan syariat islam dan berpenduduk mayoritas muslim, sudah selayaknya Bank Aceh menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Hal tersebut mendorong Bank Aceh berupaya memberikan perhatian khusus kepada para nasabah yang ingin menjalankan proses perbankan melalui sistem syariah dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS) dengan mendasarkan pada ijin dari Bank Indonesia No. 6/7/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional baerdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 Novenber 2004. pendirian unit usaha syariah ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan pola syariah. Unit Usaha Syariah Bank Aceh menawarkan produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan layanan lainnya yang berdasar pada transaksi dan akad syariah (laporan tahunan Bank Aceh, 2015).

4.1.2 Produk-produk Tabungan PT. Bank Aceh Syariah

Mencermati perkembangan produk dan layanan bank yang terus memberikan kemudahan kepada nasabah dan masyarakat, Bank Aceh Syariah terus melakukan berbagai inovasi dan pembaharuan demi peningkatan kualitas produk dan layanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan nasabah dalam memanfaatkan berbagai transaksi dan layanan perbankan. Sampai saat ini produk dan jasa PT. Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut:

1. Penghimpunan Dana Tabungan

1) Giro :

a) Giro Wadiah; Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media Cheque dan Bilyet Giro.

b) Giro Mudharabah; Giro adalah simpanan dalam rupiah Pihak Ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan (misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll).

2. Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (Shahibul Maal) dengan pengelola dana (Mudharib). Dalam hal ini Shahibul Maal (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

3. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

Tabungan SIMPEDA iB merupakan tabungan dengan Akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil yang kompetitif (nisbah bagi hasil progresif).

4. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

Tabungan Aneka Guna (TAG) iB merupakan tabungan dengan akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif.

5. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB merupakan tabungan yang memiliki keunggulan dengan nisbah *progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

6. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh Bank (mudharib) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (shahibul maal). Tabungan firdaus menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

7. Tabungan Sahara iB

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni Nasabah kepada Bank.

8. TabunganKu iB

TabunganKu iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

9. Tabungan Pensiun iB

Tabungan Pensiun merupakan layanan tabungan bagi Nasabah Pensiun pada PT Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

10. Tabungan Simpel iB.

Tabungan untuk siswa/pelajar dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

4.1.3 Layanan-layanan Pada PT. Bank Aceh Syariah

Peningkatan pelayanan kepada nasabah merupakan prioritas utama Bank Aceh Syariah dalam memberikan layanan berkualitas dan tulus kepada seluruh nasabahnya. Sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk peningkatan kualitas layanan dalam memotivasi seluruh frontliner, Bank Aceh Syariah juga setiap tahunnya mengadakan event Bank Aceh *Service Excellence Award* (BASEA) yaitu sebuah kompetisi internal bank dalam mencari frontliner (kategori Customer Servicer, Teller dan Security) terbaik, memiliki skill dan konsisten dalam mengimplementasikan Standar Layanan Bank Aceh Syariah. Ada beberapa jenis layanan yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah, yaitu:

1. Transfer
2. RTGS
3. Inkaso
4. Kliring
5. Penerimaan BPIH/SISKOHAT
6. Penerimaan Pajak
7. Jaminan Pelaksana
8. Jaminan Penawaran
9. Referensi Bank
10. Layanan ATM

11. Layanan ATM Bersama
12. Pembayaran Telepon
13. Pembayaran Listrik
14. Pembayaran Tagihan Ponsel
15. Pengisian Pulsa Ponsel
16. Pembayaran Pensiun
17. Pengelolaan Dana kebajikan
18. Pengiriman uang ke Luar Negeri

4.2 Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah ciri-ciri yang dimiliki para nasabah pada Nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Adapun yang menjadi sampel sebanyak 360 responden. Berikut representasi karakteristiknya, yaitu:

Tabel 4.1
Hasil Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Nasabah)	Persentase (%)
Laki-laki	197	45,3%
Perempuan	163	54,7%
Total	360	100%

Sumber: Data Primer 2023 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 197 nasabah atau sebesar 45,3%, sedangkan perempuan sebanyak 163 responden atau sebesar 54,7%.

Tabel 4.2
Hasil Analisis Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Nasabah)	Persentase (%)
17-21 Tahun	80	22,2%
22-26 Tahun	90	25,0%
27-33 Tahun	94	26,1%
> 34 Tahun	96	26,7%
Total	360	100%

Sumber: Data Primer 2023 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden yang berusia >34 Tahun sebanyak 96 nasabah atau sebesar 26,7%, responden yang berusia 27-33 Tahun sebanyak 94 nasabah atau sebesar 26,1%, responden yang berusia 22-26 Tahun sebanyak 90 nasabah dan responden yang berusia 17-21 Tahun sebanyak 80 nasabah atau sebesar 22,2%.

Tabel 4.3
Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Nasabah)	Persentase (%)
PNS	82	22,8%
TNI/POLRI	100	27,8%
BUMN	35	9,7%
Lainnya	143	39,8%
Total	360	100%

Sumber: Data Primer 2023 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan dengan keterangan lainnya seperti pelajar, mahasiswa, IRT dan swasta sebanyak 143 nasabah atau sebesar 39,8%, kemudian didominasi oleh responden TNI/POLRI sebanyak 100 nasabah atau sebesar 27,8%.

Tabel 4.4
Hasil Analisis Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi (Nasabah)	Persentase (%)
< 1 Tahun	157	43,6%
> 1 Tahun	203	56,4%
Total	360	100%

Sumber: Data Primer 2023 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 dengan keterangan lama menjadi nasabah didominasi oleh responden yang telah menjadi nasabah selama >1 Tahun sebanyak 203 nasabah atau sebesar 56,4% nasabah.

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk Tabungan (X_1)

Dalam penelitian ini kualitas produk tabungan dijabarkan dalam 6 (enam) item pernyataan positif. Baik-buruknya kualitas produk tabungan dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang berikan pada masing-masing pernyataan. Untuk lebih jelas mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan variabel kualitas produk tabungan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan dengan Kualitas Produk Tabungan

Pernyataan yang Berhubungan dengan Kualitas Produk Tabungan	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-rata Skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Produk tabungan yang ditawarkan Bank Aceh Syariah memiliki kinerja yang bagus dan tahan lama.	15	7	36	163	139	4,12
Fitur Action yang dimiliki Bank Aceh Syariah memiliki tampilan yang mudah dipahami oleh nasabah.	19	32	51	170	88	3,76
Produk tabungan investasi yang disediakan pada Bank Aceh Syariah dapat diandalkan sesuai dengan keinginan nasabah.	16	13	22	181	128	4,08
Produk tabungan di Bank Aceh Syariah telah sesuai dengan kebutuhan nasabah.	4	9	35	176	136	4,19
Produk tabungan pada Bank Aceh Syariah memiliki jangka waktu yang tahan lama dalam menabung berdasarkan kesepakatan.	17	7	52	149	135	4,05
Produk yang ada pada Bank Aceh Syariah memiliki layanan yang mudah dalam bertransaksi.	19	17	69	146	109	3,85
Rerata						4,01

Sumber: Data Primer 2023, (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 4.5 bahwa diketahui nilai rerata pada variabel kualitas produk tabungan sebesar 4,01, angka ini lebih besar dari 4 skor untuk pilihan jawaban setuju, ini menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan sudah baik. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,76 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,19.

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dijabarkan dalam 5 (lima) item pernyataan positif. baik buruknya kualitas pelayanan dari produk yang dibeli responden dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan

pada masing-masing pernyataan. untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan dengan Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Kualitas Pelayanan	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-rata Skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Pegawai Bank Aceh syariah memiliki daya tanggap yang cepat dalam menyelesaikan setiap transaksi dan seluruh keluhan nasabah.	14	5	40	145	156	4,17
Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan seluruh nasabah.	23	43	40	169	85	3,69
Pegawai Bank Aceh Syariah berpenampilan bersih, rapi dan sopan.	22	13	16	161	148	4,11
Pegawai Bank Aceh Syariah melayani transaksi sepenuh hati.	4	13	34	158	140	4,15
Pegawai Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani keluhan yang dihadapi setiap nasabah.	27	12	94	129	98	3,79
Rerata						3,88

Sumber: Data Primer 2023, (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 4.6 bahwa nilai rerata pada variabel kualitas pelayanan responden sebesar 3,88 angka ini lebih besar dari 3,00 skor untuk pilihan jawaban kurang setuju, ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan relatif baik. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,69 sedangkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,17.

c. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Dalam penelitian ini kepuasan nasabah dijabarkan dalam 6 (enam) item pernyataan positif. baik buruknya kepuasan nasabah dapat dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan pada masing-masing pernyataan

Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Kepuasan Nasabah

Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Kepuasan Nasabah	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-rata Skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar.	16	6	26	152	160	4,20
Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar, baik produk tabungannya maupun kualitas pelayanannya.	24	43	37	182	74	3,66
Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar sesuai dengan harapan nasabah.	19	10	14	165	152	4,16
Nasabah bersedia untuk merekomendasikan produk tabungan pada Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar kepada orang lain.	5	15	41	165	134	4,13
Nasabah akan terus menggunakan jasa Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar dan tidak berpindah ke Bank lain.	27	12	97	139	85	3,67
Setiap keluhan/ketidakpuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar dapat ditangani oleh pegawai Bank.	20	43	44	165	88	3,71
Rerata						3,92

Sumber: Data Primer 2023, (Diolah).

Berdasarkan pada Tabel 4.7 bahwa nilai rerata pada variabel kepuasan nasabah sebesar 3,92 angka ini lebih besar dan mendekati 3 skor untuk pilihan jawaban kurang setuju, ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah relatif baik. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,66 sedangkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,20.

4.3 Hasil Analisis Kualitas Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen (Sugiyono, 2016:168). Alat ukur validitas adalah *korelasi product moment* dari *pearson*, suatu indikator dikatakan valid, apabila $n=358$ dan $\alpha = 0,05$, maka $r_{table} = 0.103$, dengan ketentuan hasil $r_{hitung} > r_{table}$ (0.103) valid dan hasil $r_{hitung} < r_{table}$ (0.103) tidak valid. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Butir	Nilai R_{hitung}	Nilai R_{tabel} (N=358)	Keterangan
1.	Kualitas Produk Tabungan (X_1)	KPT1	0,489	0.103	Valid
		KPT2	0,558	0.103	Valid
		KPT3	0,384	0.103	Valid
		KPT4	0,258	0.103	Valid
		KPT5	0,427	0.103	Valid
		KPT6	0,475	0.103	Valid
2.	Kualitas Pelayanan (X_2)	KPL1	0,466	0.103	Valid
		KPL2	0,610	0.103	Valid
		KPL3	0,421	0.103	Valid
		KPL4	0,202	0.103	Valid
		KPL5	0,483	0.103	Valid
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	KN1	0,402	0.103	Valid
		KN2	0,584	0.103	Valid
		KN3	0,369	0.103	Valid
		KN4	0,159	0.103	Valid
		KN5	0,510	0.103	Valid
		KN6	0,161	0.103	Valid

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8, maka hasil pengujian validitas pada setiap variabel mempunyai nilai yang paling rendah, yaitu:

1. Hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas produk tabungan (X_1) yang terdiri dari 5 (lima) item pernyataan dilambangkan dengan kode item KPT1, KPT2, KPT3, KPT4, dan KPT5 menunjukkan r_{hitung} terendah sebesar 0,258 lebih besar dari nilai r_{tabel} ($n=358$) sebesar 0.103, maka dapat diartikan seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel kualitas produk tabungan (X_1) dinyatakan valid.
2. Hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) yang terdiri dari 5 (lima) item pernyataan dilambangkan dengan kode item lima KPL2, KPL22, KPL3, KPL4 dan KPL5 menunjukkan nilai r_{hitung} terendah sebesar 0,202 lebih besar dari nilai r_{tabel} ($n=358$) sebesar 0,103, maka seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel kualitas produk tabungan (X_2) dinyatakan valid.
3. Hasil pengujian validitas untuk kepuasan nasabah (Y) yang terdiri dari 5 (lima) item pernyataan dilambangkan dengan kode item KN1, KN2, KN3, KN4, dan KN5 menunjukkan r_{hitung} terendah sebesar 0,159 lebih besar dari nilai r_{tabel} ($n=358$) sebesar 0.103, maka dapat diartikan seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbach alpha* (Sugiyono, 2014:196). Sugiyono (2014:196) mengatakan suatu variabel dikatakan reliabilitas, apabila hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliable dan hasil $\alpha \leq 0,60$ = tidak realibel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk Tabungan (X_1)	6	0,621	Reliable
3.	Kualitas Pelayanan (X_2)	5	0,699	Reliable
4.	Kepuasan Nasabah (Y)	6	0,642	Reliable

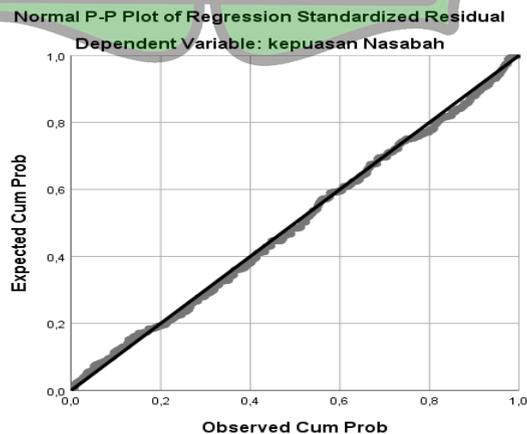
Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* untuk variabel kualitas produk tabungan (X_1) sebesar 0,621, variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,699 dan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,642. Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap masing-masing variabel memenuhi kredibilitas *cronbach alpha* > 0,60.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Pengujian Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil pengolahan data menghasilkan *normal probability plot* yang memperlihatkan bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal seperti terlihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1
Normal Probability Plot Hasil Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat diartikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.4.2 Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), multikolinearitas tidak terjadi bila nilai $VIF \leq 10$ atau $Tolerance \geq 0,10$, seperti pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Multikolinieritas

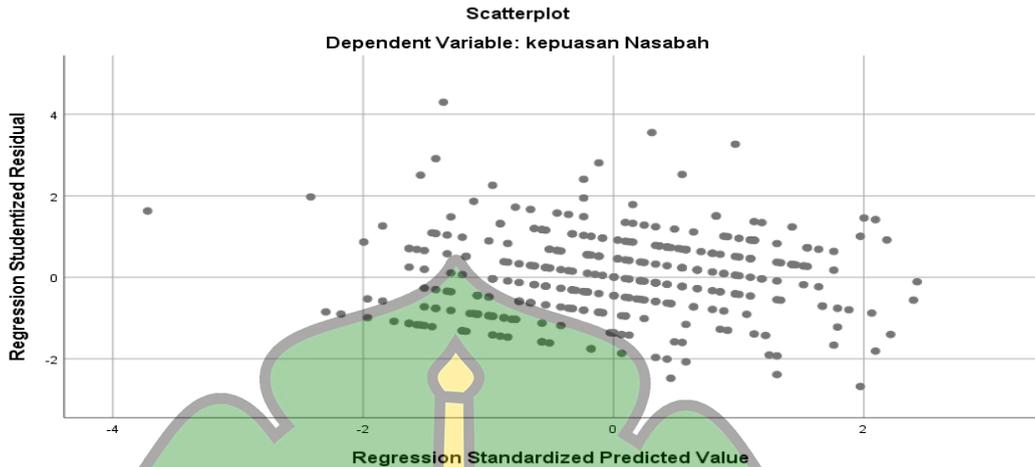
No	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
1.	Kualitas Produk Tabungan (X_1)	0,890	1,000
2.	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,880	1,000

Sumber: Data Primer 2023, (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk tabungan, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan nilai *tolerance* terkecil sebesar $0,880 \geq 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) terkecil sebesar $1,000 \leq 10$. Dengan demikian dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang dipakai dalam penelitian terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala *heteroskedastisitas* pada suatu regresi maka ditinjau dari grafik scatter plot (nilai prediksi dependen ZPRED, dengan residual SRESID). Hasil pengolahan data menunjukkan grafik *scatterplot* seperti terlihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2
Grafik *Scatterplot* Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.2 memperlihatkan bahwa grafik *scatterplot* tidak memiliki pola tertentu, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala *heteroskedastisitas*.

4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Sesuai dengan peralatan analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel yang diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel seperti terlihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11
Nilai Koefisien Regresi Variabel Independen

Model	Unstandardized Coefficients	t	sig
(Constant)	8,596	5,916	0,000
Kualitas Produk Tabungan	0,310	6,965	0,000
Kualitas Pelayanan	0,197	3,964	0,000

- a. Dependent Variable: kepuasan Nasabah
 Sumber: Data Primer 2023, (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11, maka persamaan regresi yang memperlihatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar sebagai fungsi dari kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan dapat diformulasikan dalam persamaan berikut:

$$Y = 8,596 + 0,310X_1 + 0,197X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 8,596 artinya jika kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0), maka besarnya kepuasan nasabah (Y) nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar sebesar 8,596 Satuan.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk tabungan (X_1) sebesar 0,310, artinya apabila kualitas produk tabungan meningkat 100%, maka secara relatif akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar sebesar 0,310 satuan, dengan asumsi variabel Kualitas pelayanan dianggap konstan, sehingga semakin tinggi pengaruh kualitas produk tabungan, maka kepuasan nasabah nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar akan semakin meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,00 berada dibawah nilai 0,05 artinya koefisien regresi memiliki signifikansi yang baik.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,197, artinya apabila kualitas produk meningkat satuan, maka secara relatif akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar sebesar 0,197 satuan, dengan asumsi variabel kualitas produk tabungan dianggap konstan, sehingga semakin tinggi pengaruh kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar akan semakin meningkat. Nilai signifikansi

sebesar 0,000 berada dibawah nilai 0,05 artinya koefisien regresi memiliki signifikan yang baik.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Hasil Uji Secara Parsial

Berdasarkan pada hasil pengujian regresi linier berganda maka dapat dilihat hasil hipotesis yang diuji dalam penelitian ini nilai t tabel yang diperoleh dari t tabel yaitu 1,97 maka hasil uji hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

Uji Parsial

1. H_{a1} : Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,965 > 1,97$), maka H_a diterima. Artinya kualitas produk tabungan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
2. H_{a2} : Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,964 > 1,97$), maka H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 6,965 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,97. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk tabungan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tabungan memberikan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di cabang tersebut. Implikasinya, upaya untuk meningkatkan kualitas produk tabungan dapat dianggap sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Aceh Syariah.

Nilai 1,97 yang disebutkan merujuk pada nilai kritis atau nilai t tabel dalam analisis statistik. Dalam konteks ini, nilai t tabel digunakan sebagai acuan untuk membandingkan nilai t hitung yang dihasilkan dari pengujian hipotesis. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Dalam kasus ini, nilai t hitung sebesar 6,965 jauh melampaui

nilai t tabel 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan yang diamati dalam kualitas produk tabungan memiliki signifikansi statistik, atau dengan kata lain, hasil tersebut tidak terjadi secara kebetulan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

4.6.2 Hasil Uji Secara Simultan

H_{03} : Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,49 > 3,02$), maka H_a diterima. Artinya kualitas produk tabungan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Hasil dari uji simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 32,49 lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,02. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dapat ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, kualitas produk tabungan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Hasil ini menyiratkan bahwa tidak hanya secara individual, tetapi juga secara simultan, variabel kualitas produk tabungan dan kualitas produk memiliki dampak yang nyata terhadap tingkat kepuasan nasabah di cabang tersebut. Implikasinya, perbaikan atau peningkatan pada kedua aspek ini dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan di Bank Aceh Syariah.

Nilai 3,02 yang disebutkan merujuk pada nilai kritis atau nilai F tabel dalam uji simultan. Dalam statistika, nilai ini digunakan sebagai acuan untuk menentukan apakah variabel-variabel yang diuji secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam kasus ini, nilai F tabel sebesar 3,02 menjadi patokan untuk menguji signifikansi simultan dari kualitas produk tabungan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank

Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Hasil uji F hitung sebesar 32,49 yang jauh melebihi nilai F tabel menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki dampak yang nyata terhadap tingkat kepuasan nasabah di cabang tersebut.

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji t dan uji f sebagai tolak ukur pengujian hipotesis dapat dilihat Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Ringkasan Pengujian Hipotesis

No	Bentuk Pengujian	Nilai Statistis		Sig	Keterangan
		t _{hitung}	t _{tabel}		
Pengujian secara parsial					
1.	Kualitas Produk Tabungan (X ₁)	6,965	1,97	0,00	Kualitas Produk Tabungan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	3,964	1,97	0,00	Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
Pengujian secara simultan					
3.	Kualitas Produk Tabungan (X ₁) dan Kualitas Pelayanan(X ₂)	32,49 2	3,02	0,00	Kualitas Produk Tabungan dan disiplin kerja berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Sumber: Data Primer, 2023 (Diolah).

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga baik secara parsial dan secara simultan kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Hal ini berarti bahwa kualitas produk tabungan dan

kualitas pelayanan secara nyata dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

4.6.3 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Untuk melihat hubungan dan pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar akan semakin meningkat. Berdasarkan korelasi dan determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.13
Nilai Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,392 ^a	0,154	0,149

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Tabungan

b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer, 2023 (Diolah).

Berdasarkan Tabel 4.12. diatas, maka koefisien korelasi dan determinasi adalah sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,392 menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 39,2%, artinya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar mempunyai hubungan yang korelasi sebesar 39,2
2. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,154, artinya setiap perubahan-perubahan dalam variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam variabel kualitas produk tabungan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,154 atau 15,4% dan sisanya sebesar 84,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan nasabah.

3. Koefisien *Adjusted R²* adalah sebesar 0,149, artinya variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas produk tabungan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,149 atau 14,9% dan sisanya sebesar 85,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain misalnya loyalitas nasabah, kedekatan emosional nasabah dan lain-lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk tabungan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $6,965 > 1,97$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa baik kualitas produk tabungan pada PT. Bank Aceh Syariah, maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan merasa puas dengan produk tabungan tersebut. Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diketahui nilai rerata pada variabel kualitas produk tabungan sebesar 4,01, angka ini lebih besar dari 4 skor untuk pilihan jawaban setuju, ini menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan sudah baik. Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan alternatif pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah yang paling dominan yaitu pernyataan "Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar" dalam tabel tersebut adalah rata-rata skor kepuasan nasabah. Skor rata-rata yang tinggi (4,20) menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari

nasabah terhadap kualitas produk tabungan dan pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Pernyataan ini merupakan indikator kesediaan untuk merekomendasikan dari indikator kepuasan nasabah yang dijelaskan oleh Tjiptono (2017). Adapun teori yang mendukung yaitu Teori Ekspektasi-Kinerja menyatakan bahwa kepuasan seseorang terhadap suatu produk atau layanan dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu ekspektasi sebelum menggunakan produk atau layanan tersebut, dan kinerja aktual dari produk atau layanan tersebut. Ketika kinerja aktual memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka kepuasan akan terjadi (Kotler dan Keller, 2018:138).

Hasil penelitian ini konsisten dan sejalan dengan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain, dkk (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas kinerja sebuah produk perbankan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabahnya. Temuan serupa juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ardhani dan Handayani (2020) serta Nurtrianti (2020), yang menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan yang dapat diambil dari temuan ini adalah bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan karena nasabah merasakan bahwa produk yang berkualitas memberikan kepercayaan diri dalam setiap keputusan pembelian yang mereka ambil ketika bertransaksi di perbankan. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa perhatian terhadap kualitas produk merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah di sektor perbankan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk tabungan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, rekomendasi dapat diberikan kepada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk tabungan

yang mereka tawarkan, karena hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat posisi mereka dalam industri perbankan syariah.

4.7.2 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung ($3,964 > 1,97$) t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada PT. Bank Aceh Syariah, maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan merasa puas dengan kualitas pelayanan tersebut. Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diketahui nilai rerata pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 3,88 angka ini lebih besar dari 3,00 skor untuk pilihan jawaban kurang setuju, ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan relatif baik. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tabungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Hasil penelitian ini konsisten dan sejalan dengan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2020), Zulkarnain, dkk (2020), Azhar, dkk (2022), Ardhani dan Handayani (2020), serta Nutrianti (2020), secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh institusi keuangan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dapat dicapai oleh nasabahnya.

Artinya, pelayanan yang berkualitas akan membawa dampak positif bagi kepuasan nasabah. Ini berimplikasi bahwa aspek-aspek seperti responsivitas, kecepatan, keramahan, dan keefektifan dalam memberikan pelayanan menjadi faktor penting dalam memperoleh kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi institusi keuangan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar, dan upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas bagi bank dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas nasabahnya.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara simultan (Bersama-sama) yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan memperoleh nilai F hitung lebih besar dengan nilai F tabel dan nilai sig juga memenuhi ketentuan syarat pengaruh yang dikemukakan sebelumnya, nilai F hitung $>$ F tabel, Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,492 > 3,02$), maka H_0 diterima. Artinya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,392 menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 39,2%, artinya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Aceh

Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar mempunyai hubungan yang korelasi sebesar 39,2%. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,154 menunjukkan bahwa sekitar 15,4% dari variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan. Namun, sisanya, sebesar 84,6%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Koefisien Adjusted (R^2) sebesar 0,149 menunjukkan bahwa sekitar 14,9% dari variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan, setelah memperhitungkan jumlah prediktor dan ukuran sampel. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar dari variabel penelitian yang juga berkontribusi terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Billiaro (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh kontribusi sebesar 6,8% terhadap variabel Kepuasan Nasabah dan 93,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Penelitian Afrillia (2019) Hasil analisis data koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,339, berarti variasi perubahan variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 33,9%, sedangkan sisanya sebesar 66,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Dan penelitian Madona yang menyatakan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi variabel kepuasan nasabah sebesar 49,4% sedangkan sisanya 50,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk variabel kualitas produk tabungan memiliki nilai $6,965 > 1,97$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya kualitas produk tabungan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $3,964 > 1,97$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.
3. Berdasarkan dari hasil uji simultan dapat disimpulkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,49 > 3,02$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

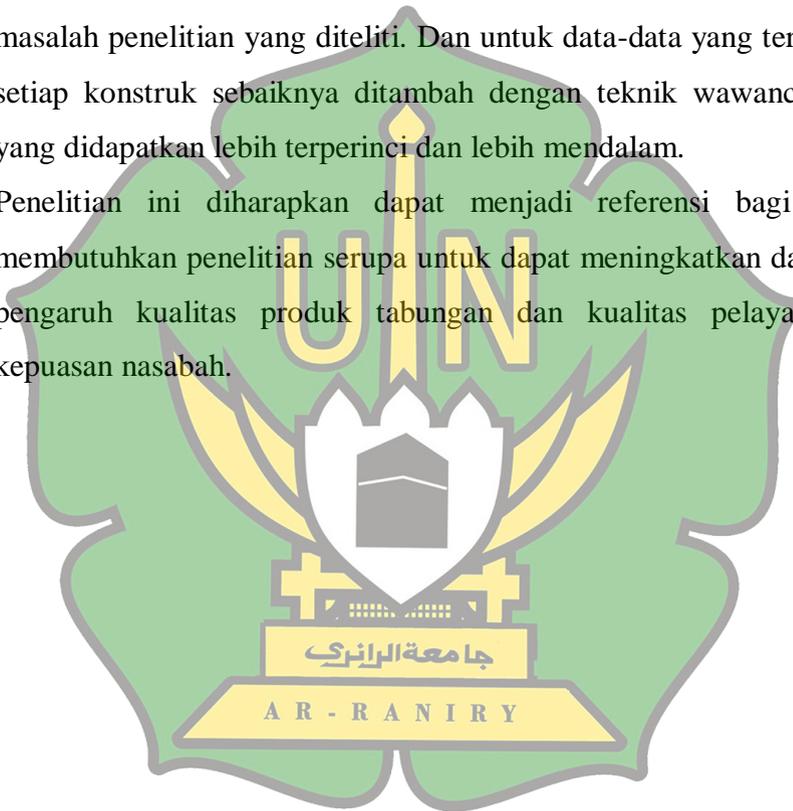
5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Peneliti berharap Bank Aceh Syariah harus terus mempertahankan kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang sudah ada, agar nasabah tetap merasa puas dan loyal terhadap produk Bank Aceh Syariah dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain. Adapun langkah dalam meningkatkan kualitas

produk adalah dengan cara selalu menjaga ciri khas dari produk bank itu sendiri.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian lainnya seperti kedekatan emosional, loyalitas nasabah dan lain sebagainya, agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah penelitian yang diteliti. Dan untuk data-data yang terkumpul untuk setiap konstruk sebaiknya ditambah dengan teknik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan penelitian serupa untuk dapat meningkatkan dan mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad. (2017). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Artha, K. G., & Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Badung Utara. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.2*, 913-937.
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Christina. (2019). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Day. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta. Pustaka baru press.
- Edyansyah, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Isi Ulang “BIRU”(Studi Kasus Pada Masyarakat Ketintang Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(3).
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Fandy, Tjiptono. (2014). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi2. Yogyakarta: Andi.
- FridaAyu Setianingsih.(2019). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten, Tbk Di Wilayah Depok). *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi. Vol 1 No 1 April 2019 E-ISSN : 2684-8031*.

- Ghozali, Imam. (2016). *Apkikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi kelima. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2017). *Costumer Service Dalam Bisnis Jasa Dan Tranportasi*”, Raja Grafindo Persada, Jakarta,
- Handoko. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Hutomo Rusdianto, C. I. (2021). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Jurnal-ISSN. Vol.02*.
- H, Muslimah. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. Volume 3. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14–34.
- Hurriyati. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA.
- Hawkins. (2016). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller., (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Gelora Aksaran Pratama.
- Kotler, Philip (2021). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran*. Jilid 5, Edisi Sepuluh. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nur, Cahya., Muchsin. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus Di PT.Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, 157 Management and Industry (JEMI), 1(01), 34–46*.

- Rahfizah, R. Z., Supaino, S., & Kholil, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1), 23–29.
- Robby. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi dua, Liberty. Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sinambela. (2017). *Manajemen pemasaran analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Sutisna. (2016). *Teori Manajemen Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2017). *Teori Praktik Dalam Pengukuran Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Setiadi. (2021). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: Afabeta.
- Sangadji.& Sopiah. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi dua, Liberty. Yogyakarta.
- Umam, Khaerul. (2021). *Manajemen Perbankan Syariah*, jilid 1. Bandung. Pustaka Setia.
- Wahyuningsih, Atiqoh. (2017) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Arta Sejahtera”. *Skripsi thesis, UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA*.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth. Nasabah PT. Bank Aceh Syariah
KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar.

Assalamualaikum Wr.wb.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar)”, maka saya bermaksud mengadakan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP. Lampeuneurut, Aceh Besar. Oleh karena itu saya memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan yang telah disediakan sesuai dengan kenyataan yang ada.

Adapun data peneliti adalah sebagai berikut:

Nama : Nisa Hata

Nim : 190603117

Jurusan : Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharap jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini.

Saya ucapkan terima kasih atas kerja sama dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, karena tanpa bantuannya, penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Peneliti,

Nisa Hata

I. Identitas Responden

Petunjuk pengisian kuesioner :

Pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan pilihan anda, dengan memberikan tanda ceklist (√).

- 
- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki
Perempuan
- 3) Usia : 17-21 Tahun 22-26
Tahun 27-33 Tahun > 34
Tahun
- 4) Pekerjaan : PNS
TNI/POLRI BUMN
Lainnya
- 5) Sudah berapa lama anda menjadi nasabah pada PT. Bank Aceh
Syariah ? < 1 Tahun > 1
Tahun

II. Petunjuk Pengisian:

Isilah jawaban di bawah ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i, dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia. Keterangan jawaban sebagai berikut:

No.	Keterangan Jawaban	Skor Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

III. Daftar Pernyataan Sesuai Dengan Indikator Variabel Penelitian

1. Pernyataan Variabel Kualitas Produk Tabungan (X_1)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Produk tabungan yang ditawarkan Bank Aceh Syariah memiliki kinerja yang bagus dan tahan lama.					
2.	Fitur Action yang dimiliki Bank Aceh Syariah memiliki tampilan yang mudah dipahami oleh nasabah.					
3.	Produk tabungan investasi yang disediakan pada Bank Aceh Syariah dapat diandalkan sesuai dengan keinginan nasabah.					
4.	Produk tabungan di Bank Aceh Syariah telah sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
5.	Produk tabungan pada Bank Aceh Syariah memiliki jangka waktu yang tahan lama dalam menabung berdasarkan kesepakatan.					
6.	Produk yang ada pada Bank Aceh Syariah memiliki layanan yang mudah dalam bertransaksi.					

2. Pernyataan Variabel Kualitas Kualitas Pelayanan (X_2)

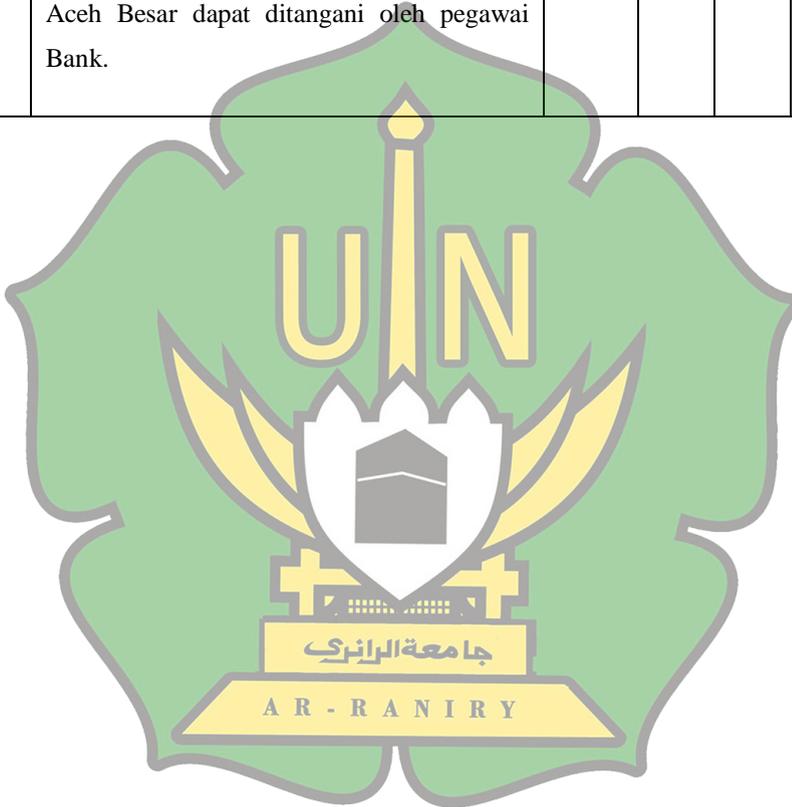
No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Pegawai Bank Aceh syariah memiliki daya tanggap yang cepat dalam menyelesaikan setiap transaksi dan seluruh keluhan					

	nasabah.					
2.	Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan seluruh nasabah.					
3.	Pegawai Bank Aceh Syariah berpenampilan bersih, rapi dan sopan.					
4.	Pegawai Bank Aceh Syariah melayani transaksi sepenuh hati.					
5.	Pegawai Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani keluhan yang dihadapi setiap nasabah.					

3. Pernyataan Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar.					
2.	Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar, baik produk tabungannya maupun kualitas pelayanannya.					
3.	Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar sesuai dengan harapan nasabah.					
4.	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan produk tabungan pada Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar kepada orang lain.					

5.	Nasabah akan terus menggunakan jasa Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar dan tidak berpindah ke Bank lain.					
6.	Setiap keluhan/ketidakpuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Lampeuneurut Aceh Besar dapat ditangani oleh pegawai Bank.					



LAMPIRAN 2: OLAH DATA SPSS

Frequency Table

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	163	45,3	45,3	45,3
	2,00	197	54,7	54,7	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	90	25,0	25,0	25,0
	2,00	94	26,1	26,1	51,1
	3,00	80	22,2	22,2	73,3
	4,00	96	26,7	26,7	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	53	14,7	14,7	14,7
	2,00	138	38,3	38,3	53,1
	3,00	155	43,1	43,1	96,1
	4,00	14	3,9	3,9	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	82	22,8	22,8	22,8
	2,00	100	27,8	27,8	50,6
	3,00	35	9,7	9,7	60,3
	4,00	41	11,4	11,4	71,7
	5,00	82	22,8	22,8	94,4
	6,00	20	5,6	5,6	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Lama menjadi Nasabah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	157	43,6	43,6	43,6
	2,00	203	56,4	56,4	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	15	4,2	4,2	4,2
	2,00	7	1,9	1,9	6,1
	3,00	36	10,0	10,0	16,1
	4,00	163	45,3	45,3	61,4
	5,00	139	38,6	38,6	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	5,3	5,3	5,3
	2,00	32	8,9	8,9	14,2
	3,00	51	14,2	14,2	28,3
	4,00	170	47,2	47,2	75,6
	5,00	88	24,4	24,4	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	16	4,4	4,4	4,4
	2,00	13	3,6	3,6	8,1
	3,00	22	6,1	6,1	14,2
	4,00	181	50,3	50,3	64,4
	5,00	128	35,6	35,6	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	1,1	1,1	1,1
	2,00	9	2,5	2,5	3,6
	3,00	35	9,7	9,7	13,3
	4,00	176	48,9	48,9	62,2
	5,00	136	37,8	37,8	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	17	4,7	4,7	4,7
	2,00	7	1,9	1,9	6,7
	3,00	52	14,4	14,4	21,1
	4,00	149	41,4	41,4	62,5
	5,00	135	37,5	37,5	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPT6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	5,3	5,3	5,3
	2,00	17	4,7	4,7	10,0
	3,00	69	19,2	19,2	29,2
	4,00	146	40,6	40,6	69,7
	5,00	109	30,3	30,3	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KualitasProduk Tabungan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16,00	1	,3	,3	,3
	18,00	6	1,7	1,7	1,9
	19,00	4	1,1	1,1	3,1
	20,00	15	4,2	4,2	7,2
	21,00	37	10,3	10,3	17,5

22,00	38	10,6	10,6	28,1
23,00	50	13,9	13,9	41,9
24,00	51	14,2	14,2	56,1
25,00	48	13,3	13,3	69,4
26,00	43	11,9	11,9	81,4
27,00	30	8,3	8,3	89,7
28,00	23	6,4	6,4	96,1
29,00	9	2,5	2,5	98,6
30,00	5	1,4	1,4	100,0
Total	360	100,0	100,0	

KPL1					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	1,00	14	3,9	3,9	3,9
	2,00	5	1,4	1,4	5,3
	3,00	40	11,1	11,1	16,4
	4,00	145	40,3	40,3	56,7
	5,00	156	43,3	43,3	100,0
Total	360	100,0	100,0		

KPL2					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	1,00	23	6,4	6,4	6,4
	2,00	43	11,9	11,9	18,3
	3,00	40	11,1	11,1	29,4
	4,00	169	46,9	46,9	76,4
	5,00	85	23,6	23,6	100,0
Total	360	100,0	100,0		

KPL3					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	1,00	22	6,1	6,1	6,1
	2,00	13	3,6	3,6	9,7
	3,00	16	4,4	4,4	14,2
	4,00	161	44,7	44,7	58,9

5,00	148	41,1	41,1	100,0
Total	360	100,0	100,0	

KPL4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	1,1	1,1	1,1
	2,00	13	3,6	3,6	4,7
	3,00	45	12,5	12,5	17,2
	4,00	158	43,9	43,9	61,1
	5,00	140	38,9	38,9	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KPL5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	27	7,5	7,5	7,5
	2,00	12	3,3	3,3	10,8
	3,00	94	26,1	26,1	36,9
	4,00	129	35,8	35,8	72,8
	5,00	98	27,2	27,2	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Kualitas Pelayanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15,00	1	,3	,3	,3
	16,00	31	8,6	8,6	8,9
	17,00	36	10,0	10,0	18,9
	18,00	42	11,7	11,7	30,6
	19,00	48	13,3	13,3	43,9
	20,00	58	16,1	16,1	60,0
	21,00	46	12,8	12,8	72,8
	22,00	52	14,4	14,4	87,2
	23,00	24	6,7	6,7	93,9
	24,00	16	4,4	4,4	98,3
	25,00	6	1,7	1,7	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KN1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	16	4,4	4,4	4,4
	2,00	6	1,7	1,7	6,1
	3,00	26	7,2	7,2	13,3
	4,00	152	42,2	42,2	55,6
	5,00	160	44,4	44,4	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KN2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	24	6,7	6,7	6,7
	2,00	43	11,9	11,9	18,6
	3,00	37	10,3	10,3	28,9
	4,00	182	50,6	50,6	79,4
	5,00	74	20,6	20,6	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KN3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	5,3	5,3	5,3
	2,00	10	2,8	2,8	8,1
	3,00	14	3,9	3,9	11,9
	4,00	165	45,8	45,8	57,8
	5,00	152	42,2	42,2	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KN4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	1,4	1,4	1,4
	2,00	15	4,2	4,2	5,6
	3,00	41	11,4	11,4	16,9
	4,00	165	45,8	45,8	62,8
	5,00	134	37,2	37,2	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

KN5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	27	7,5	7,5	7,5
	2,00	12	3,3	3,3	10,8
	3,00	97	26,9	26,9	37,8
	4,00	139	38,6	38,6	76,4
	5,00	85	23,6	23,6	100,0
Total		360	100,0	100,0	

KN6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	20	5,6	5,6	5,6
	2,00	43	11,9	11,9	17,5
	3,00	44	12,2	12,2	29,7
	4,00	165	45,8	45,8	75,6
	5,00	88	24,4	24,4	100,0
Total		360	100,0	100,0	

kepuasan Nasabah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15,00	3	,8	,3	,3
	16,00	28	7,8	7,8	8,1
	17,00	34	9,4	9,4	17,5
	18,00	39	10,8	10,8	28,3
	19,00	45	12,5	12,5	40,8
	20,00	64	17,8	17,8	58,6
	21,00	49	13,6	13,6	72,2
	22,00	54	15,0	15,0	87,2
	23,00	26	7,2	7,2	94,4
	24,00	11	3,1	3,1	97,5
	25,00	4	1,1	1,1	98,6
	26,00	2	,6	,6	99,2
	28,00	3	,8	,8	100,0
	Total		360	100,0	100,0

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPL1	360	1,00	5,00	4,1778	,95966
KPL2	360	1,00	5,00	3,6944	1,14467
KPL3	360	1,00	5,00	4,1111	1,06809
KPL4	360	1,00	5,00	4,1583	,85750
KPL5	360	1,00	5,00	3,7194	1,12538
KualitasPelayanan	360	15,00	25,00	19,8528	2,31815
Valid N (listwise)	360				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPT1	360	1,00	5,00	4,1222	,96256
KPT2	360	1,00	5,00	3,7667	1,07956
KPT3	360	1,00	5,00	4,0889	,97768
KPT4	360	1,00	5,00	4,1972	,79867
KPT5	360	1,00	5,00	4,0500	1,01122
KPT6	360	1,00	5,00	3,8583	1,06838
KualitasProduk Tabungan	360	16,00	30,00	24,0833	2,59392
Valid N (listwise)	360				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KN1	360	1,00	5,00	4,2056	,97144
KN2	360	1,00	5,00	3,6639	1,12991
KN3	360	1,00	5,00	4,1694	1,01062
KN4	360	1,00	5,00	4,1333	,87299
KN5	360	1,00	5,00	3,6750	1,10074
KN6	360	1,00	5,00	3,7167	1,12592
kepuasanNasabah	360	15,00	28,00	19,9806	2,37141
Valid N (listwise)	360				

Uji validitas

		Correlations						KualitasProduk Tabungan
		KPT1	KPT2	KPT3	KPT4	KPT5	KPT6	
KPT1	Pearson	1	,226**	-,009	-,060	,100	,017	,489**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		,000	,871	,253	,059	,750	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KPT2	Pearson	,226**	1	,051	-,060	-,051	,186**	,558**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000		,331	,260	,339	,000	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KPT3	Pearson	-,009	,051	1	,067	-,016	-,063	,384**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,871	,331		,207	,765	,236	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KPT4	Pearson	-,060	-,060	,067	1	,005	-,072	,258**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,253	,260	,207		,925	,175	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KPT5	Pearson	,100	-,051	-,016	,005	1	,063	,427**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,059	,339	,765	,925		,231	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KPT6	Pearson	,017	,186**	-,063	-,072	,063	1	,475**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,750	,000	,236	,175	,231		,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KualitasProduk Tabungan	Pearson	,489**	,558**	,384**	,258**	,427**	,475**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	360	360	360	360	360	360	360

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

VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN

		Correlations					
		KPL1	KPL2	KPL3	KPL4	KPL5	KualitasPelayanan
KPL1	Pearson	1	,222**	-,047	-	,031	,466**
	Correlation				,149**		
	Sig. (2-tailed)		,000	,379	,005	,560	,000
	N	360	360	360	360	360	360
KPL2	Pearson	,222**	1	-,002	-	,182**	,610**
	Correlation				,169**		
	Sig. (2-tailed)	,000		,973	,001	,001	,000
	N	360	360	360	360	360	360
KPL3	Pearson	-,047	-,002	1	,096	-,108*	,421**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,379	,973		,068	,040	,000
	N	360	360	360	360	360	360
KPL4	Pearson	-,149**	-	,096	1	-	,202**
	Correlation		,169**			,139**	
	Sig. (2-tailed)	,005	,001	,068		,008	,000
	N	360	360	360	360	360	360
KPL5	Pearson	,031	,182**	-,108*	-	1	,483**
	Correlation				,139**		
	Sig. (2-tailed)	,560	,001	,040	,008		,000
	N	360	360	360	360	360	360
KualitasPelayanan	Pearson	,466**	,610**	,421**	,202**	,483**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	360	360	360	360	360	360

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

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

VALIDITAS KEPUASAN NASABAH

		Correlations						
		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	kepuasanNasabah
KN1	Pearson	1	,248**	-,087	-	,044	,030	,402**
	Correlation				,190**			
	Sig. (2-tailed)		,000	,101	,000	,401	,564	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KN2	Pearson	,248**	1	-,023	-	,199**	-	,584**
	Correlation				,209**		,007	
	Sig. (2-tailed)	,000		,661	,000	,000	,892	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KN3	Pearson	-,087	-,023	1	,069	-,083	,052	,369**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,101	,661		,191	,116	,324	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KN4	Pearson			,069	1	-	-	,159**
	Correlation	,190**	,209**			,178**	,049	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,191		,001	,351	,003
	N	360	360	360	360	360	360	360
KN5	Pearson	,044	,199**	-,083	-	1	,078	,510**
	Correlation				,178**			
	Sig. (2-tailed)	,401	,000	,116	,001		,138	,000
	N	360	360	360	360	360	360	360
KN6	Pearson	,030	-,007	,052	-,049	,078	1	,074
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,564	,892	,324	,351	,138		,161
	N	360	360	360	360	360	360	360

kepuasanNasabah	Pearson Correlation	,402**	,584**	,369**	,159**	,510**	,074	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,161	
	N	360	360	360	360	360	360	360

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

UJI RELIABILITAS KUALITAS PRODUK TABUNGAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,621	6

UJI RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,699	5

UJI RELIABILITAS KEPUASAN NASABAH

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,642	6

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,392 ^a	,154	,149	2,18729	1,722

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk Tabungan
b. Dependent Variable: kepuasanNasabah

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,897	2	155,449	32,492	,000 ^b
	Residual	1707,967	357	4,784		
	Total	2018,864	359			

a. Dependent Variable: kepuasanNasabah

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk Tabungan

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Zero-order Partial Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		r	Parti	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,596	1,453		5,916	,000					
KualitasProduk Tabungan	,310	,045	,339	6,965	,000	,342	,346	,339	0,890	1,000
KualitasPelayanan	,197	,050	,193	3,964	,000	,198	,205	,193	0,880	1,000

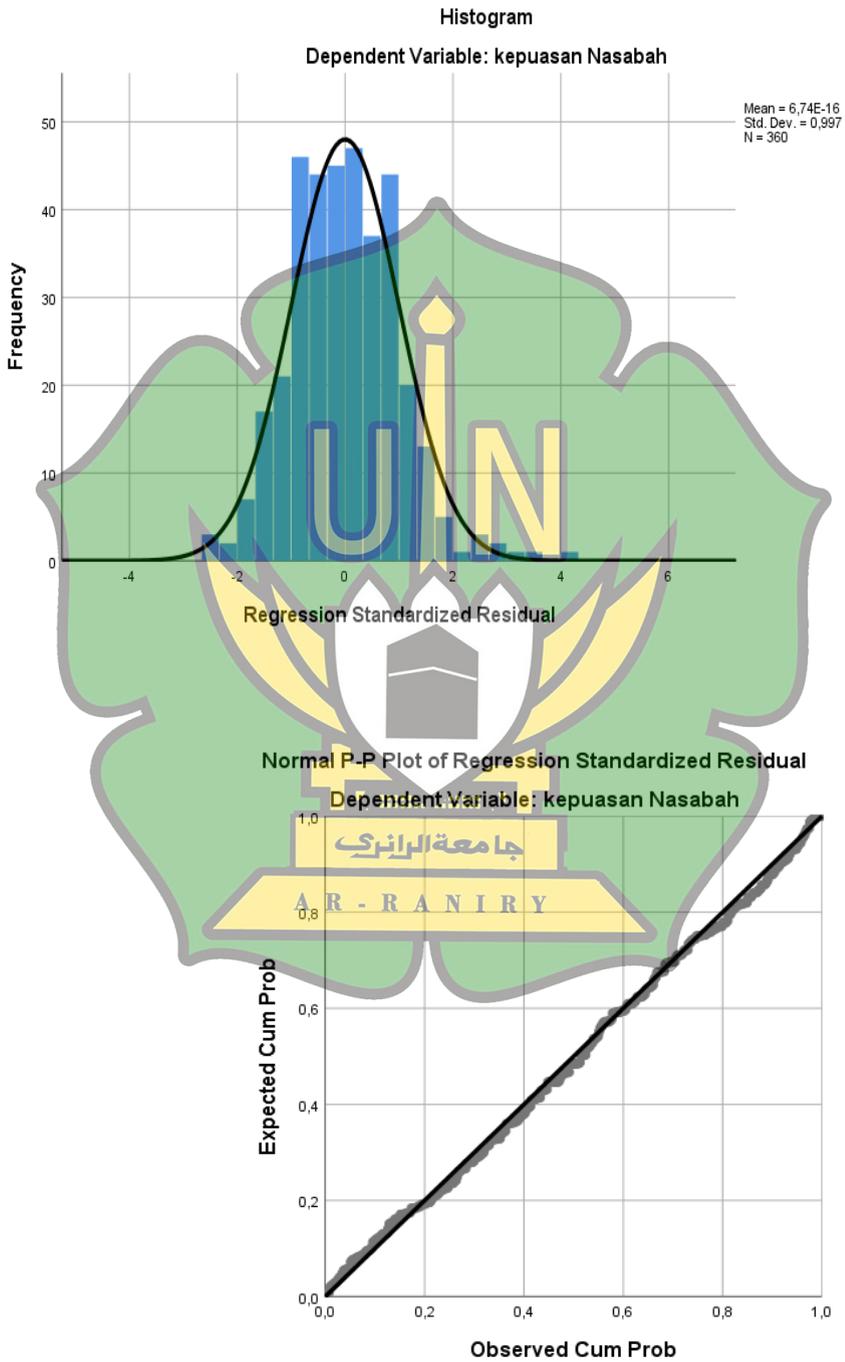
a. Dependent Variable: kepuasanNasabah

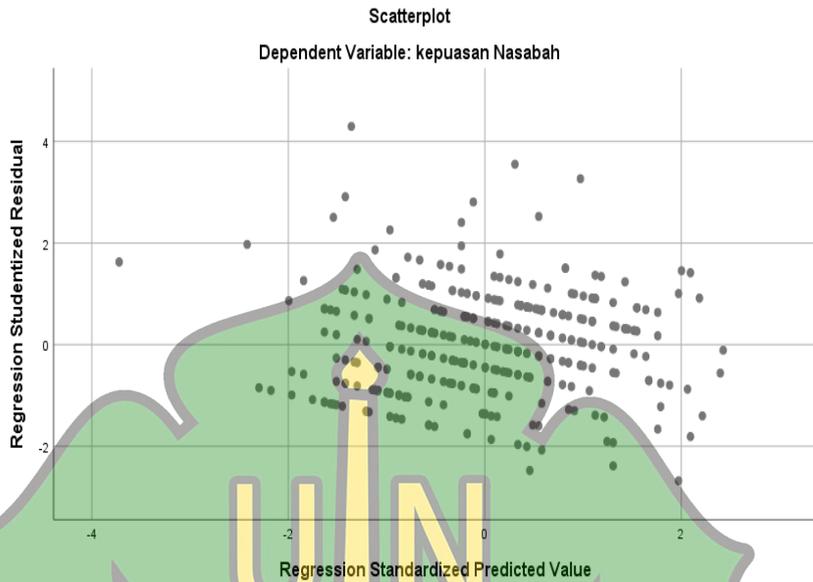
Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	KualitasProduk Tabungan	KualitasPelayanan
1	1	2,984	1,000	,00	,00	,00
	2	,012	15,576	,00	,43	,59
	3	,004	26,715	1,00	,57	,41

a. Dependent Variable: kepuasanNasabah

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	kepuasanNasabah	Predicted Value	Residual
4	3,536	28,00	20,2660	7,73396
5	3,252	28,00	20,8860	7,11398
11	4,244	28,00	18,7161	9,28390

a. Dependent Variable: kepuasanNasabah





F Tabel 360
Df 2
N = 358

348	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
349	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
350	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
351	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
352	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
353	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
354	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
355	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
356	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
357	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
358	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
359	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
360	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
361	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
362	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
363	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
364	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24

R dan T Tabel
N=360

TABEL DISTRIBUSI R UNTUK DF = 337 - 373

Df	t		r		
	0.05	0.05			
337	1.97	0.106540989	364	1.97	0.102529544
338	1.97	0.106383932	365	1.97	0.102389544
339	1.97	0.106227568	366	1.97	0.102250117
340	1.97	0.106071891	367	1.97	0.102111258
341	1.97	0.105916896	368	1.97	0.101972963
342	1.97	0.105762579	369	1.97	0.101835228
343	1.97	0.105608935	370	1.97	0.10169805
344	1.97	0.105455958	371	1.97	0.101561425
345	1.97	0.105303644	372	1.97	0.101425348
346	1.97	0.105151988	373	1.97	0.101289818
347	1.97	0.105000985			
348	1.97	0.104850631			
349	1.97	0.104700921			
350	1.97	0.104551851			
351	1.97	0.104403415			
352	1.97	0.10425561			
353	1.97	0.104108431			
354	1.97	0.103961873			
355	1.97	0.103815933			
356	1.97	0.103670605			
357	1.97	0.103525886			
358	1.97	0.103381772			
359	1.97	0.103238257			
360	1.97	0.103095339			
361	1.97	0.102953012			
362	1.97	0.102811274			
363	1.97	0.102670119			

LAMPIRAN 3: Tabel Tabulasi

No	JK	U	PT	Pkerjaan	Waktu	Produk Tabungan						KPT (X1)	Kualitas Pelayanan					KP (X2)	Kepuasan Nasabah						KN Y
						1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	6	
1	1	2	2	1	1	4	4	3	5	4	1	21	3	4	5	4	5	18	3	4	5	4	4	5	25
2	1	4	2	1	1	3	2	4	5	3	1	18	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	4	22
3	2	1	2	1	2	1	4	3	5	1	2	16	1	2	5	4	3	15	1	2	5	4	5	3	20
4	1	2	2	1	1	4	4	5	4	4	2	23	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	5	4	28
5	1	1	2	1	1	5	4	4	5	5	2	25	4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	5	5	28
6	1	4	2	2	1	3	4	5	3	3	4	22	4	5	5	5	3	22	4	5	5	5	3	3	25
7	1	2	1	2	1	4	3	4	4	4	3	22	1	1	4	5	5	16	1	1	4	5	4	5	20
8	1	1	2	2	1	3	1	4	4	3	5	20	3	4	4	5	3	19	3	4	4	5	5	3	24
9	1	3	1	1	1	4	3	3	4	4	5	23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	5	26
10	1	1	2	2	1	4	5	5	5	4	5	28	4	3	1	5	3	16	4	3	1	5	1	3	17
11	2	2	2	1	2	2	1	3	5	2	5	18	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	28
12	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	5	3	21	4	4	5	5	5	3	26
13	1	1	2	2	1	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	1	3	16	4	4	4	1	3	4	16
14	2	1	1	3	2	4	4	4	4	4	3	23	5	2	4	3	4	18	5	2	4	3	4	4	18
15	2	3	1	3	2	1	4	5	4	1	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	20
16	2	2	2	3	2	3	4	4	2	3	5	21	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	4	4	23
17	1	2	1	3	1	1	4	5	5	1	5	21	4	5	5	5	3	22	4	5	5	5	3	5	22
18	1	2	2	3	1	4	4	2	4	4	5	23	5	5	5	2	4	21	5	5	5	2	4	5	21
19	1	1	1	2	1	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	3	5	20	4	4	4	3	5	1	20
20	1	3	2	2	1	3	4	5	5	3	5	25	4	5	5	2	4	20	4	5	5	2	4	4	20
21	2	2	2	2	2	3	4	4	5	3	5	24	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	4	23
22	2	2	2	3	1	4	5	5	4	4	5	27	4	2	4	5	3	18	4	2	4	5	3	3	18
23	1	1	2	2	1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	3	4	22	5	5	5	3	4	4	22
24	2	3	1	1	2	3	4	3	1	3	5	19	5	4	4	5	3	21	5	4	4	5	3	4	21
25	1	3	1	1	1	4	3	2	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	4	22
26	1	2	2	1	1	4	5	4	4	4	5	26	3	2	5	5	1	16	3	2	5	5	1	2	16
27	2	2	1	2	1	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	5	3	21	4	4	5	5	3	4	21
28	1	2	2	2	1	5	3	3	5	3	5	24	3	5	5	4	1	18	3	5	5	4	1	5	18
29	2	3	1	2	1	4	4	4	5	1	5	23	5	4	3	5	3	20	5	4	3	5	3	5	20
30	2	3	2	2	1	3	3	5	3	3	5	22	5	2	4	4	1	16	5	2	4	4	1	5	16
31	2	2	2	2	1	5	5	5	5	5	3	28	5	4	5	3	5	22	5	4	5	3	5	4	22
32	2	2	2	2	2	5	5	4	3	1	5	23	4	2	5	5	3	19	4	2	5	5	3	5	19
33	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	23	5	4	1	3	4	17	5	4	1	3	4	4	17
34	2	2	1	2	1	3	3	4	3	5	4	22	5	5	5	3	4	22	5	5	5	3	4	2	22
35	2	2	1	1	2	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	5	3	21	4	4	5	5	3	5	21
36	2	2	2	1	2	5	4	5	5	4	4	27	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	3	4	23
37	2	2	4	1	2	4	3	1	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	4	22
38	2	3	1	3	1	5	4	5	5	4	3	26	5	5	1	4	5	20	5	5	1	4	5	2	20
39	2	3	2	1	1	3	5	5	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20
40	2	2	4	1	1	3	4	4	4	4	5	24	5	1	5	5	3	19	5	1	5	5	3	5	19
41	2	2	2	1	1	4	3	2	4	4	4	21	4	3	5	4	3	19	4	3	5	4	3	4	19
42	2	2	1	3	2	3	4	4	3	4	5	23	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	2	21
43	1	3	3	1	1	3	5	3	4	5	3	23	4	1	4	4	3	16	4	1	4	4	3	4	16
44	2	3	3	3	1	5	5	4	5	5	4	28	5	4	5	2	4	20	5	4	5	2	4	2	20
45	1	2	4	3	2	3	4	4	3	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	5	22
46	2	2	1	2	1	4	5	4	4	3	3	23	4	1	4	5	5	19	4	1	4	5	5	5	19

94	1	3	2	5	1	5	4	4	3	4	4	24	5	4	5	4	5	23	4	1	4	5	5	4	19
95	2	3	2	2	2	4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	3	2	21
96	2	3	2	1	2	1	3	4	5	5	4	22	3	4	5	5	5	22	5	5	5	4	5	4	24
97	1	3	3	4	2	4	4	4	4	5	4	25	3	4	4	5	5	21	4	4	4	4	4	2	20
98	1	2	3	2	2	5	5	4	5	4	4	27	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	4	21	
99	1	2	2	6	1	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25	5	3	4	4	4	20	
100	1	2	2	6	1	4	4	5	4	1	4	22	3	4	3	1	5	16	2	4	4	5	3	4	18
101	2	3	3	6	2	5	4	4	4	5	4	26	4	3	2	4	5	18	5	3	4	5	2	4	19
102	2	2	2	3	1	5	5	5	4	5	4	28	4	5	4	4	5	22	4	1	5	4	4	5	18
103	1	3	2	6	2	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	21	1	3	4	4	5	4	17
104	2	3	2	3	1	5	4	4	2	4	5	24	5	3	3	5	5	21	4	4	4	4	3	4	19
105	1	3	2	3	2	4	4	4	1	1	4	18	4	4	4	5	5	22	5	5	2	4	4	4	20
106	1	3	3	6	2	5	4	5	4	5	5	28	3	3	5	3	5	19	3	2	4	5	4	4	18
107	2	4	3	6	2	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	3	23	4	3	4	4	2	4	17
108	1	3	2	6	2	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	3	5	22	5	4	5	4	4	4	22
109	2	3	2	3	1	4	4	4	4	5	4	25	4	3	4	4	4	19	1	3	4	4	5	4	17
110	2	3	2	6	1	5	4	4	4	3	4	25	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	3	5	19
111	1	4	3	3	2	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	4	21	3	5	5	4	1	5	18
112	1	3	3	3	1	4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	5	4	23	5	4	3	5	3	4	20
113	1	3	2	6	2	4	4	4	5	4	4	25	4	3	1	4	4	16	5	2	4	4	1	3	16
114	1	3	2	4	1	4	4	3	4	5	4	24	5	4	5	5	3	22	5	4	5	3	5	5	22
115	2	3	2	6	2	4	4	4	4	3	4	23	3	5	5	4	5	22	4	2	5	5	3	4	19
116	2	2	3	5	2	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	5	20	5	4	1	3	4	3	17
117	1	3	2	4	2	4	4	2	4	5	4	23	4	3	2	4	4	17	5	5	5	5	4	4	24
118	2	3	3	5	2	4	4	3	4	5	4	24	3	4	4	3	5	19	4	4	5	4	4	3	21
119	1	2	3	4	1	2	5	5	4	1	4	21	3	5	3	4	3	18	5	4	4	4	4	5	21
120	1	2	3	5	1	4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	4	5	23
121	2	3	2	4	2	5	5	5	4	5	3	27	3	4	4	3	5	19	4	4	4	4	4	3	20
122	1	3	2	5	1	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	3	20	5	4	4	2	5	3	20
123	2	3	1	5	2	5	5	1	4	5	4	24	3	4	2	4	5	18	4	4	4	1	4	4	17
124	1	3	3	5	1	4	5	5	5	4	5	28	4	1	4	4	3	16	5	4	5	4	5	4	23
125	2	2	2	5	2	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	2	4	20	4	4	4	4	5	3	21
126	1	2	2	2	2	4	5	4	3	4	4	24	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	4	4	22
127	1	2	1	1	2	2	5	5	5	5	5	30	4	1	4	5	5	19	4	4	4	4	4	5	20
128	2	3	3	2	2	4	4	3	4	5	4	24	5	4	5	4	3	21	5	4	4	4	4	4	21
129	1	2	3	1	1	5	5	1	4	5	4	24	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	4	3	22
130	2	3	2	1	1	4	4	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	4	22
131	2	3	2	1	2	1	3	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	5	21
132	1	3	2	1	1	4	4	4	4	5	4	25	5	3	4	4	4	20	4	4	3	4	4	5	19
133	1	3	3	4	2	5	5	4	5	3	4	26	2	4	4	5	3	18	4	4	4	4	4	4	20
134	1	4	3	5	1	5	4	4	5	2	4	24	5	3	4	5	2	19	4	4	4	4	4	5	20
135	1	3	2	4	2	4	4	5	4	4	4	25	4	1	5	4	4	18	4	4	2	4	4	4	18
136	2	3	2	5	2	5	4	4	4	4	4	25	1	3	4	4	5	17	4	4	3	4	4	1	19
137	2	3	3	4	2	5	3	3	3	5	4	23	4	4	4	4	3	19	2	5	5	4	4	4	20
138	2	4	2	5	2	5	1	5	5	5	3	24	5	5	2	4	4	20	5	1	5	5	3	4	19
139	1	3	2	5	1	4	3	5	4	4	3	23	3	2	4	5	4	18	4	3	5	4	3	1	19
140	2	3	2	5	1	5	4	4	4	3	4	24	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	4	4	21
141	1	3	2	5	2	4	1	4	4	4	3	20	3	5	3	4	3	18	4	1	4	4	3	5	16

94	1	3	2	5	1	5	4	4	3	4	4	24	5	4	5	4	5	23	4	1	4	5	5	4	19
95	2	3	2	2	2	4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	3	2	21
96	2	3	2	1	2	1	3	4	5	5	4	22	3	4	5	5	5	22	5	5	5	4	5	4	24
97	1	3	3	4	2	4	4	4	4	5	4	25	3	4	4	5	5	21	4	4	4	4	4	2	20
98	1	2	3	2	2	5	5	4	5	4	4	27	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	4	4	21
99	1	2	2	6	1	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25	5	3	4	4	4	5	20
100	1	2	2	6	1	4	4	5	4	1	4	22	3	4	3	1	5	16	2	4	4	5	3	4	18
101	2	3	3	6	2	5	4	4	4	5	4	26	4	3	2	4	5	18	5	3	4	5	2	4	19
102	2	2	2	3	1	5	5	5	4	5	4	28	4	5	4	4	5	22	4	1	5	4	4	5	18
103	1	3	2	6	2	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	21	1	3	4	4	5	4	17
104	2	3	2	3	1	5	4	4	2	4	5	24	5	3	3	5	5	21	4	4	4	4	3	4	19
105	1	3	2	3	2	4	4	4	1	1	4	18	4	4	4	5	5	22	5	5	2	4	4	4	20
106	1	3	3	6	2	5	4	5	4	5	5	28	3	3	5	3	5	19	3	2	4	5	4	4	18
107	2	4	3	6	2	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	3	23	4	3	4	4	2	4	17
108	1	3	2	6	2	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	3	5	22	5	4	5	4	4	4	22
109	2	3	2	3	1	4	4	4	4	5	4	25	4	3	4	4	4	19	1	3	4	4	5	4	17
110	2	3	2	6	1	5	4	4	4	3	4	24	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	3	5	19
111	1	4	3	3	2	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	4	21	3	5	5	4	1	5	18
112	1	3	3	3	1	4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	5	4	23	5	4	3	5	3	4	20
113	1	3	2	6	2	4	4	4	5	4	4	25	4	3	1	4	4	16	5	2	4	4	1	3	16
114	1	3	2	4	1	4	4	3	4	5	4	24	5	4	5	5	3	22	5	4	5	3	5	5	22
115	2	3	2	6	2	4	4	4	4	3	4	23	3	5	5	4	5	22	4	2	5	5	3	4	19
116	2	2	3	5	2	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	5	20	5	4	1	3	4	3	17
117	1	3	2	4	2	4	4	2	4	5	4	23	4	3	2	4	4	17	5	5	5	5	4	4	24
118	2	3	3	5	2	4	4	3	4	5	4	24	3	4	4	3	5	19	4	4	5	4	4	3	21
119	1	2	3	4	1	2	5	5	4	1	4	21	3	5	3	4	3	18	5	4	4	4	4	5	21
120	1	2	3	5	1	4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	4	5	23
121	2	3	2	4	2	5	5	5	4	5	3	27	3	4	4	3	5	19	4	4	4	4	4	3	20
122	1	3	2	5	1	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	3	20	5	4	4	2	5	3	20
123	2	3	1	5	2	5	5	1	4	5	4	24	3	4	2	4	5	18	4	4	4	1	4	4	17
124	1	3	3	5	1	4	5	5	5	4	5	28	4	1	4	4	3	16	5	4	5	4	5	4	23
125	2	2	2	5	2	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	2	4	20	4	4	4	4	5	3	21
126	1	2	2	2	2	4	5	4	3	4	4	24	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	5	4	22
127	1	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	30	4	1	4	5	5	19	4	4	4	4	4	5	20
128	2	3	3	2	2	4	4	3	4	5	4	24	5	4	5	4	3	21	5	4	4	4	4	4	21
129	1	2	3	1	1	5	5	1	4	5	4	24	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	5	4	22
130	2	3	2	1	1	4	5	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	4	22
131	2	3	2	1	2	1	3	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	5	21
132	1	3	2	1	1	4	4	4	4	5	4	25	5	3	4	4	4	20	4	4	3	4	4	5	19
133	1	3	3	4	2	5	5	4	5	4	4	23	4	4	4	5	3	18	4	4	4	4	4	4	20
134	1	4	3	5	1	5	4	4	5	2	4	24	5	3	4	5	2	19	4	4	4	4	4	5	20
135	1	3	2	4	2	4	4	5	4	4	4	25	4	1	5	4	4	18	4	4	2	4	4	4	18
136	2	3	2	5	2	5	4	4	4	4	4	25	1	3	4	4	5	17	4	4	3	4	4	1	19
137	2	3	3	4	2	5	3	3	3	5	4	23	4	4	4	4	3	19	2	5	5	4	4	4	20
138	2	4	2	5	2	5	1	5	5	5	3	24	5	5	2	4	4	20	5	1	5	5	3	4	19
139	1	3	2	5	1	4	3	5	4	4	3	23	3	2	4	5	4	18	4	3	5	4	3	1	19
140	2	3	2	5	1	5	4	4	4	3	4	24	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	4	4	21
141	1	3	2	5	2	4	1	4	4	4	3	20	3	5	3	4	3	18	4	1	4	4	3	5	16

142	1	3	3	2	1	5	4	5	2	5	4	25	5	5	4	5	4	23	5	4	5	2	4	4	20
143	2	2	3	1	2	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	5	4	22
144	1	3	2	2	1	4	1	4	5	5	5	24	4	5	4	4	3	20	4	1	4	5	5	3	19
145	2	3	2	1	2	5	4	5	4	3	3	24	3	4	2	4	5	18	5	4	5	4	3	4	21
146	2	2	2	1	2	5	5	5	4	3	5	27	4	1	4	4	3	16	5	5	5	4	5	3	24
147	1	2	3	1	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	2	4	20	4	4	4	4	4	1	20
148	1	3	3	4	2	4	4	5	4	3	4	24	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	3	21
149	1	3	2	5	1	5	3	4	4	3	4	23	4	1	4	5	5	19	5	3	4	4	4	4	20
150	1	1	2	4	1	2	4	4	5	5	3	23	5	4	5	4	3	21	2	4	4	5	3	5	18
151	2	1	2	5	2	5	3	4	5	3	2	22	5	5	5	4	5	24	5	3	4	5	2	2	19
152	2	1	3	4	1	4	1	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	1	5	4	4	4	18
153	1	1	2	5	2	1	3	4	4	3	5	20	4	4	5	4	4	21	1	3	4	4	5	5	17
154	2	1	3	5	1	4	4	4	4	4	3	23	5	3	4	4	4	20	4	4	4	4	3	5	19
155	1	1	3	5	2	5	5	2	4	5	4	25	2	4	4	5	3	18	5	5	2	4	4	4	20
156	1	2	3	5	2	3	2	4	5	5	4	23	5	3	4	5	2	19	3	2	4	5	4	5	18
157	2	1	2	2	2	4	3	4	4	4	2	21	4	1	5	4	4	18	4	3	4	4	2	4	17
158	1	1	2	1	2	5	4	5	4	5	4	27	1	3	4	4	5	17	5	4	5	4	4	1	22
159	2	1	2	2	1	1	3	4	4	5	5	22	4	4	4	4	3	19	1	3	4	4	5	4	17
160	2	1	2	1	1	4	4	4	4	4	3	23	5	5	2	4	4	20	4	4	4	4	3	4	19
161	1	1	1	1	2	3	5	5	4	4	1	22	3	2	4	5	4	18	3	5	5	4	1	1	18
162	1	1	1	1	1	5	4	3	5	5	3	25	5	4	5	2	4	20	5	4	3	5	3	4	20
163	1	3	2	1	2	5	2	4	4	2	1	18	5	4	4	4	5	22	5	2	4	4	1	5	16
164	1	2	1	1	1	5	4	5	3	5	5	27	4	1	4	4	5	19	5	4	5	3	5	4	22
165	2	2	2	1	2	4	2	5	5	4	3	23	5	4	5	4	3	21	4	2	5	5	3	4	19
166	2	3	1	4	2	5	4	1	3	1	4	18	5	5	5	4	5	24	5	4	1	3	4	3	17
167	2	3	2	5	2	5	4	2	2	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	2	2	4	4	17
168	2	1	2	4	2	5	4	5	4	5	5	28	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	5	3	23
169	2	1	2	5	1	4	2	4	5	3	3	21	5	3	4	4	4	20	4	2	4	5	3	1	18
170	1	1	2	4	1	5	5	5	3	3	4	25	2	4	4	5	3	18	5	5	5	3	4	3	22
171	1	1	1	5	2	5	4	4	4	5	3	24	5	3	4	5	2	19	5	4	4	5	3	4	21
172	1	4	1	5	1	4	4	4	5	5	5	27	4	1	5	4	4	18	4	4	4	5	5	5	22
173	2	3	2	5	2	3	2	5	5	3	1	19	1	3	4	4	5	17	3	2	5	5	1	2	16
174	2	3	1	5	1	4	4	5	5	4	3	25	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	3	4	21
175	1	3	2	2	2	3	5	5	4	3	1	11	5	5	2	4	4	20	3	5	5	4	1	4	18
176	2	3	1	1	2	5	4	3	5	4	3	24	3	2	4	5	4	18	5	4	3	5	3	1	20
177	2	2	2	1	2	5	2	4	4	5	4	21	4	3	4	4	2	17	5	2	4	4	1	4	16
178	2	3	2	1	2	5	4	5	3	5	5	27	5	4	5	4	4	22	5	4	5	3	5	5	22
179	2	3	2	4	1	4	2	5	5	4	3	23	1	3	4	4	5	17	4	2	5	5	3	4	19
180	2	2	2	5	1	5	4	1	3	4	4	21	4	4	4	4	3	19	5	4	1	3	4	4	17
181	1	2	1	4	2	5	5	5	3	5	4	27	3	5	5	4	1	18	5	5	5	3	4	3	22
182	2	3	1	5	1	4	4	5	5	4	3	25	5	4	3	5	3	20	4	4	5	5	3	4	21
183	1	3	2	4	2	5	5	5	5	4	3	27	5	2	4	4	1	16	5	5	5	5	3	3	23
184	1	3	1	5	1	4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	3	5	22	4	4	5	5	4	1	22
185	1	3	2	5	2	5	5	1	4	5	5	25	4	2	5	5	3	19	5	5	1	4	5	3	20
186	2	2	2	5	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	1	3	4	17	4	4	4	4	4	4	20
187	2	2	2	5	2	5	1	5	5	3	3	22	5	4	5	3	5	22	5	1	5	5	3	5	19
188	2	4	2	2	2	4	3	5	4	4	3	23	4	2	5	5	3	19	4	3	5	4	3	2	19
189	1	3	1	5	1	5	4	4	4	5	4	26	5	4	1	3	4	17	5	4	4	4	4	3	21

190	1	3	1	4	1	4	1	4	4	4	3	20	5	4	2	2	4	17	4	1	4	4	3	4	16
191	1	3	2	5	2	5	4	5	2	5	4	25	5	4	5	4	5	23	5	4	5	2	4	3	20
192	2	3	1	4	1	5	4	4	4	3	5	25	4	2	4	5	3	18	5	4	4	4	5	4	22
193	2	2	2	5	2	4	1	4	5	3	5	22	5	5	5	3	4	22	4	1	4	5	5	5	19
194	1	3	1	5	1	5	4	5	4	4	3	25	5	4	4	5	3	21	5	4	5	4	3	4	21
195	2	3	2	5	2	5	5	5	4	3	5	27	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	5	2	24
196	2	2	2	5	2	4	4	4	4	3	4	23	3	2	5	5	1	16	4	4	4	4	4	4	20
197	2	2	2	1	2	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	5	3	21	4	4	5	4	4	2	21
198	2	3	2	1	2	5	3	4	4	3	4	23	3	5	5	4	1	18	5	3	4	4	4	4	20
199	2	3	1	1	1	2	4	4	5	4	3	22	5	4	3	5	3	20	2	4	4	5	3	4	18
200	1	3	4	2	1	5	3	4	5	3	2	22	5	2	4	4	1	16	5	3	4	5	2	2	19
201	2	3	2	2	2	4	1	5	4	4	4	22	5	4	5	3	5	22	4	1	5	4	4	4	18
202	1	2	1	2	1	1	3	4	4	5	5	22	4	2	5	5	3	19	1	3	4	4	5	4	17
203	1	2	3	2	2	4	4	4	4	5	3	24	5	4	1	3	4	17	4	4	4	4	3	4	19
204	1	4	3	2	1	5	5	2	4	4	4	24	5	5	5	3	4	22	5	5	2	4	4	2	20
205	2	3	4	2	2	3	2	4	5	5	4	23	4	4	5	5	3	21	3	2	4	5	4	5	18
206	2	3	1	1	2	4	3	4	4	5	2	22	5	5	5	5	3	23	4	3	4	4	2	4	17
207	2	3	2	1	2	5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	4	4	22
208	1	3	4	2	2	1	3	4	4	4	5	21	5	5	1	4	5	20	1	3	4	4	5	2	17
209	1	2	1	2	1	4	4	4	4	5	3	24	3	5	5	4	1	18	4	4	4	4	3	4	19
210	1	3	2	2	1	3	5	5	4	2	1	20	3	4	3	5	3	20	3	5	5	4	1	5	18
211	2	3	4	2	2	5	4	3	5	5	3	25	5	2	4	4	1	16	5	4	3	5	3	4	20
212	2	2	2	2	1	5	2	4	4	4	1	20	5	4	5	3	5	22	5	2	4	4	1	2	16
213	1	2	1	2	2	5	4	5	3	1	5	23	4	2	5	5	3	19	5	4	5	3	5	4	22
214	2	3	3	2	1	4	2	5	5	4	3	23	5	4	1	3	4	17	4	2	5	5	3	2	19
215	2	3	3	2	2	4	4	5	4	5	5	27	5	4	2	2	4	17	4	4	5	4	5	4	22
216	2	3	4	2	2	4	3	4	3	3	4	21	5	4	5	4	5	23	4	3	4	3	4	5	18
217	2	3	1	3	2	5	5	4	4	3	5	26	4	2	4	5	3	18	5	5	4	4	5	4	23
218	2	2	2	3	2	5	4	4	5	3	5	26	5	5	5	3	4	22	5	4	4	5	5	5	23
219	1	2	4	3	1	4	5	5	5	5	4	28	5	4	4	5	3	21	4	5	5	5	4	4	23
220	2	4	1	3	1	4	5	4	5	3	5	26	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	5	5	23
221	1	3	2	6	2	4	4	4	4	4	1	21	3	2	5	5	1	16	4	4	4	4	1	5	17
222	1	3	4	6	1	4	3	4	3	3	2	19	4	4	5	5	3	21	4	3	4	3	2	4	16
223	1	3	2	2	2	4	3	4	4	4	2	21	3	5	5	4	1	18	4	3	4	4	2	2	17
224	2	3	1	1	1	4	5	4	4	5	4	26	5	4	3	5	3	20	4	5	4	4	4	4	21
225	2	2	3	1	2	5	5	4	5	5	5	29	5	2	4	4	1	16	5	5	4	5	5	2	24
226	2	3	3	2	2	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	5	3	22	5	5	5	5	5	4	25
227	1	3	4	2	2	5	4	5	5	5	5	29	1	1	4	5	5	16	5	4	5	5	5	4	24
228	1	2	1	2	2	5	2	4	4	5	4	24	5	4	4	5	3	19	5	2	4	4	4	4	19
229	1	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	2	20
230	2	3	4	2	1	5	2	5	4	4	4	24	4	3	1	5	3	16	5	2	5	4	4	5	20
231	2	3	1	2	2	4	5	5	5	4	5	28	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	4	24
232	1	1	3	2	1	3	1	4	5	3	4	20	4	4	5	5	3	21	3	1	4	5	4	4	17
233	2	2	1	2	2	4	2	1	5	5	5	22	4	4	4	1	3	16	4	2	1	5	5	2	17
234	2	2	1	2	1	4	5	4	5	5	4	27	5	2	4	3	4	18	4	5	4	5	4	4	22
235	2	1	1	3	2	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	25
236	2	1	1	3	2	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	4	4	22
237	2	3	3	3	2	4	5	4	5	5	3	26	4	5	5	5	3	22	4	5	4	5	3	2	21

238	1	2	2	3	2	4	4	1	5	5	4	23	5	5	5	2	4	21	4	4	1	5	4	5	18	
239	2	2	2	6	1	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	3	5	20	4	4	2	4	4	1	18	
240	1	2	2	2	1	5	4	4	3	5	4	25	4	5	5	2	4	20	5	4	4	3	4	4	20	
241	1	1	2	1	2	4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	4	4	21	
242	1	3	1	1	1	1	3	4	5	5	4	22	4	2	4	4	5	3	18	1	3	4	5	4	3	17
243	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	23	5	5	5	3	4	22	4	4	4	4	4	4	20	
244	2	2	2	2	1	5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	5	3	21	5	5	4	5	4	4	23	
245	2	1	1	2	2	5	4	4	5	5	4	27	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	4	4	22	
246	1	3	1	2	2	4	4	5	4	5	4	26	3	2	5	5	1	16	4	4	5	4	4	2	21	
247	1	3	2	2	2	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	5	3	21	5	4	4	4	4	4	21	
248	1	2	2	2	2	5	5	5	4	5	4	28	3	5	5	4	1	18	5	5	5	4	4	5	23	
249	2	2	2	2	1	4	4	4	4	5	4	25	5	4	3	5	3	20	4	4	4	4	4	5	20	
250	2	2	4	2	1	5	4	4	2	5	5	25	5	2	4	4	1	16	5	4	4	2	5	5	20	
251	1	3	2	2	2	4	4	4	1	4	4	21	5	4	5	3	5	22	4	4	4	1	4	4	17	
252	2	3	1	3	1	5	4	5	4	5	5	28	4	2	5	5	3	19	5	4	5	4	5	5	23	
253	2	2	3	3	2	4	4	4	4	5	5	26	5	4	1	3	4	17	4	4	4	4	5	4	21	
254	2	2	3	3	1	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	3	4	22	5	4	4	4	5	4	22	
255	2	1	4	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	3	21	4	4	4	4	4	5	20	
256	2	2	1	6	2	4	5	5	5	3	3	25	5	5	5	5	3	23	4	5	5	5	3	4	22	
257	1	2	2	1	2	1	1	4	5	5	5	21	4	4	5	5	4	22	1	1	4	5	5	4	16	
258	2	1	4	2	2	3	4	4	5	5	3	24	5	5	1	4	5	20	3	4	4	5	3	2	19	
259	1	1	1	1	1	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	21	
260	1	3	2	1	1	4	3	1	5	4	3	20	5	1	5	5	3	19	4	3	1	5	3	5	16	
261	1	2	4	1	2	5	4	5	4	5	5	28	4	3	5	4	3	19	5	4	5	4	5	4	23	
262	2	2	2	4	1	4	4	5	5	5	3	26	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	3	2	21	
263	2	2	1	5	2	4	4	4	1	4	3	20	4	1	4	4	3	16	4	4	4	1	3	4	16	
264	2	1	3	4	1	5	2	4	3	5	4	23	5	4	5	2	4	20	5	2	4	3	4	2	18	
265	1	3	3	5	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	20	
266	1	2	4	4	2	5	5	4	5	5	4	28	4	1	4	5	5	19	5	5	4	5	4	5	23	
267	1	2	1	5	2	4	5	5	5	3	3	25	5	4	5	4	3	21	4	5	5	5	3	4	22	
268	2	1	2	5	2	5	5	5	2	5	4	26	5	5	5	4	5	24	5	5	5	2	4	5	21	
269	2	3	4	5	1	4	4	4	3	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	5	4	20	
270	1	3	1	5	1	4	5	2	5	4	4	25	4	4	5	4	4	21	4	5	5	2	4	5	20	
271	2	2	2	2	2	5	4	5	4	4	5	27	5	3	4	4	4	20	5	4	5	4	5	4	23	
272	2	2	4	1	1	4	2	4	5	5	5	23	2	4	4	5	3	18	4	2	4	5	3	1	18	
273	2	2	2	2	2	5	5	3	5	4	4	27	5	3	4	5	2	19	5	5	5	3	4	3	22	
274	2	3	1	1	1	5	4	4	5	5	5	26	1	5	4	4	18	5	4	4	5	3	4	21		
275	2	3	3	2	2	4	4	4	5	4	5	26	1	3	4	4	5	17	4	4	4	5	5	1	22	
276	1	2	3	1	2	3	2	5	5	5	1	21	4	4	4	4	3	19	3	2	5	5	1	4	16	
277	2	2	4	1	2	4	4	5	5	5	5	26	5	2	4	4	4	20	4	4	5	5	3	4	21	
278	1	1	1	1	2	3	5	5	4	4	1	22	3	2	4	5	4	18	3	5	5	4	1	1	18	
279	1	2	2	4	1	5	4	3	5	1	3	21	4	3	4	4	2	17	5	4	3	5	3	4	20	
280	1	2	4	5	1	5	2	4	4	5	1	21	5	4	5	4	4	22	5	2	4	4	1	5	16	
281	2	1	1	4	2	5	4	5	3	5	5	27	1	3	4	4	5	17	5	4	5	3	5	4	22	
282	2	1	2	5	1	4	2	5	5	5	3	24	4	4	4	4	3	19	4	2	5	5	3	4	19	
283	2	3	2	4	2	5	4	1	3	5	4	22	3	5	5	4	1	18	5	4	1	3	4	3	17	
284	1	2	2	5	1	5	5	5	3	1	4	23	5	4	3	5	3	20	5	5	5	3	4	4	22	
285	1	2	1	5	2	4	4	5	5	4	3	25	5	2	4	4	1	16	4	4	5	5	3	3	21	

286	1	2	1	5	2	5	5	5	5	5	3	28	5	4	5	3	5	22	5	5	5	5	3	1	23
287	2	1	2	5	2	4	4	5	5	5	4	27	4	2	5	5	3	19	4	4	5	5	4	3	22
288	2	3	2	2	2	5	5	1	4	4	5	24	5	4	1	3	4	17	5	5	1	4	5	4	20
289	1	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	5	20
290	2	2	2	2	1	5	1	5	5	5	3	24	4	5	4	5	5	23	5	1	5	5	3	2	19
291	2	1	2	1	2	4	3	5	4	4	3	23	4	4	4	4	1	17	4	3	5	4	3	3	19
292	2	3	2	2	1	5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	3	2	16	5	4	4	4	4	4	21
293	2	3	2	1	2	4	1	4	4	5	3	21	4	3	4	4	2	17	4	1	4	4	3	3	16
294	2	2	2	1	1	5	4	5	2	5	4	25	4	5	4	4	4	21	5	4	5	2	4	4	20
295	1	2	2	1	2	5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	22
296	2	2	3	4	2	4	1	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	4	1	4	5	5	4	19
297	1	3	3	5	2	5	4	5	4	4	3	25	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	3	2	21
298	1	3	3	4	2	5	5	5	4	4	5	28	5	2	4	4	4	19	5	5	5	4	5	4	24
299	1	2	2	5	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	20
300	2	2	4	4	1	4	4	5	4	5	4	26	5	2	5	4	4	20	4	4	5	4	4	4	21
301	2	1	2	5	2	5	3	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	24	5	3	4	4	4	5	20
302	2	2	1	5	1	2	4	4	5	4	3	22	3	1	4	5	4	17	2	4	4	5	3	5	18
303	1	2	3	5	2	5	3	4	5	2	2	21	4	2	1	5	5	17	5	3	4	5	2	4	19
304	1	1	3	5	1	4	1	5	4	4	4	22	4	5	4	5	4	22	4	1	5	4	4	3	18
305	1	1	4	2	2	1	3	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	1	3	4	4	5	3	17
306	2	3	1	1	2	4	4	4	4	5	3	24	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	3	5	19
307	2	2	2	2	2	5	5	2	4	4	4	24	4	5	4	5	3	21	5	5	2	4	4	5	20
308	1	2	4	2	2	3	2	4	5	4	4	22	4	4	1	5	4	18	3	2	4	5	4	5	18
309	2	2	1	1	1	1	4	3	4	4	5	22	4	4	2	4	4	18	4	3	4	4	2	4	17
310	2	1	2	2	2	1	5	4	5	4	3	4	25	5	4	4	3	20	5	4	5	4	4	2	22
311	2	3	4	1	2	1	3	4	4	4	5	21	4	4	4	5	4	21	1	3	4	4	5	4	17
312	2	2	2	2	1	4	4	4	4	5	3	24	1	3	4	5	4	17	4	4	4	4	3	2	19
313	2	2	1	1	2	3	5	5	4	5	1	23	4	4	4	4	4	20	3	5	5	4	1	5	18
314	1	1	3	1	1	5	4	3	5	1	3	21	4	5	4	5	5	23	5	4	3	5	3	1	20
315	2	3	3	1	2	5	2	4	4	5	1	21	4	4	4	4	1	17	5	2	4	4	1	2	16
316	1	3	4	4	2	5	4	5	3	4	5	26	4	3	4	3	2	16	5	4	5	3	5	5	22
317	1	2	1	5	2	4	2	5	5	4	3	23	4	3	4	4	2	17	4	2	5	5	3	5	19
318	1	2	2	4	2	5	4	1	3	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	4	1	3	4	4	17
319	2	2	4	5	1	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	5	24
320	2	3	1	4	1	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	25	3	4	5	4	5	4	21
321	2	3	2	5	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	24	4	4	3	3	4	4	18
322	1	2	4	5	1	4	4	5	4	5	4	26	5	2	4	4	4	19	1	2	5	4	3	4	15
323	1	2	2	5	2	5	3	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	4	23
324	1	1	1	5	1	2	4	4	5	4	3	22	5	2	5	4	4	20	4	5	4	5	5	3	23
325	2	2	3	2	2	5	3	4	5	4	2	23	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	3	4	22
326	2	2	3	1	2	4	1	5	4	5	4	23	3	1	4	5	4	17	1	1	4	5	5	5	16
327	1	1	4	2	2	1	3	4	4	5	5	22	4	2	1	5	5	17	3	4	4	5	3	4	19
328	2	1	1	1	2	4	4	4	4	4	3	23	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	5	3	21
329	2	3	2	2	1	5	5	2	4	1	4	21	5	5	5	5	5	25	4	3	1	5	3	3	16
330	2	2	4	1	1	3	2	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	5	5	23
331	2	2	1	1	2	4	3	4	4	5	2	22	4	5	4	5	3	21	4	4	5	5	3	5	21
332	2	2	2	1	1	5	4	5	4	5	4	27	4	4	1	5	4	18	4	4	4	1	3	5	16
333	1	1	1	4	2	1	3	4	4	4	5	21	4	4	2	4	4	18	5	2	4	3	4	4	18

334	2	3	2	5	1	4	4	4	4	1	3	20	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	2	20	
335	1	2	2	4	2	3	5	5	4	2	1	20	4	4	4	5	4	21	5	5	4	5	4	23	
336	1	2	2	5	2	5	4	3	5	4	3	24	1	3	4	5	4	17	4	5	5	5	3	22	
337	1	1	2	4	2	5	2	4	4	4	1	20	4	4	4	4	20	5	5	5	2	4	5	21	
338	2	3	1	5	2	5	4	5	3	4	5	26	4	4	4	5	5	22	4	4	4	3	5	1	20
339	2	3	1	5	1	4	2	5	5	4	3	23	3	2	5	5	1	16	4	5	5	2	4	2	20
340	2	2	2	5	1	5	4	1	3	4	4	21	4	4	5	5	3	21	5	4	5	4	5	5	23
341	1	2	1	5	2	5	5	5	5	4	4	28	3	5	5	4	1	18	4	2	4	5	3	5	18
342	1	2	2	2	1	4	5	4	5	4	5	27	5	4	3	5	3	20	5	5	5	3	4	4	22
343	1	3	1	2	2	4	4	4	4	4	1	21	5	2	4	4	1	16	5	4	4	5	3	5	21
344	2	3	2	1	1	4	3	4	3	4	2	20	5	4	5	3	5	22	4	4	4	5	5	4	22
345	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	2	21	4	2	5	5	3	19	3	2	5	5	1	4	16
346	1	2	2	1	2	4	5	4	4	5	4	26	5	4	1	3	4	17	4	4	5	5	3	4	21
347	2	1	2	2	2	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	3	4	22	3	5	5	4	1	4	18
348	2	2	1	1	2	5	5	5	5	4	5	28	4	4	5	5	3	21	5	4	3	5	3	3	20
349	2	2	1	1	1	5	4	5	5	4	5	29	5	5	5	5	3	23	5	2	4	4	1	4	16
350	2	1	2	1	1	5	2	4	4	5	4	24	4	4	5	5	4	22	5	4	5	3	5	4	22
351	2	1	3	4	2	4	4	4	4	5	4	25	5	5	1	4	5	20	4	2	5	5	3	2	19
352	1	3	2	5	1	5	2	5	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	4	1	3	4	4	17
353	2	2	3	4	2	4	5	5	5	1	5	25	5	1	5	5	3	19	5	5	5	3	4	5	22
354	1	2	1	5	1	3	1	4	5	4	4	21	4	3	5	4	3	19	4	4	5	5	3	4	21
355	1	2	2	4	2	4	2	1	5	5	5	22	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	3	2	23
356	1	1	1	5	2	4	5	4	5	5	4	27	4	1	4	4	3	16	4	4	5	5	4	4	22
357	2	3	1	5	2	5	5	5	5	4	5	29	5	4	5	2	4	20	5	5	1	4	5	2	20
358	2	2	3	5	2	4	4	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22	4	4	2	4	4	4	18
359	2	2	1	5	1	4	5	4	5	2	3	23	4	1	4	5	5	19	5	4	4	3	4	5	20
360	1	1	3	2	1	4	4	1	5	4	4	22	5	4	5	4	3	21	4	4	4	5	4	4	21

RIWAYAT HIDUP

