SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH (STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR PUSAT OPERASIONAL BANDA ACEH)

Disusun Oleh:

FAJRI RAMADHAN
NIM. 170603227

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M /1443 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Fajri Ramdhan

NIM : 170603227

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : EkoNomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak mengguanakan ide orang laoin tanpa mampu mengembvangkan 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 pemanipulasian 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, 24 Juli 2021

Yang menyatakan,

(Fajri Ramadhan)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan
Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH
(Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Fajri Ramadhan
NIM: 170603227

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,
Dr. Israk Ahmadsyah, B.E.c M.Ec., M. Sc	Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 197209072000031001	NIP. 198801302018031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh)

Fajri Ramadhan
NIM: 170603227

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: Jumat, 30 Juli 2021 / 20 Zulhijah 1442 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua	Sekretaris
Dr. Israk Ahmadsyah, B.E.c M.Ec., M. Sc	Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 197209072000031001	NIP. 198801302018031001
Penguji I	**Penguji II**
Sufitrayati, SE.,M.Si Evy	Iskandar, SE.,M. Si.,AK., CA.,CPA
NIP. 1306037901	NIDN. 2024026901

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

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fajri Ramadhan
NIM : 170603227
Fakultas/Jurusan : EkoNomi dan Bisnis Islam
E-mail : 170603227@studen.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-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....

yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

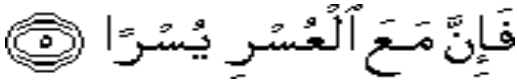
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.
Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : Juli 2021

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Fajri Ramadhan	Dr. Israk Ahmadsyah, B.E.c M.Ec., M. Sc	Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIM. 170603227	NIP. 197209072000031001	NIP. 198801302018031001

LEMBAR MOTO PERSEMBAHAN



"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

(Penulis)

"YAKUSA"

Yakin Usaha Sampai

(Penulis)

"Hidup Tanpa Islamisme, Intelektualisme, dan Aktivisme Bagaikan Kendaraan Tanpa Roda"

(Penulis)

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Ayah tersayang yang selalu mendukung saya dan membanggakan saya dalam keadaan hal apapun dan Mamak tercinta yang selalu mendoakan saya tiada hentinya agar dimudahkan dalam segala urusan yang saya jalani dan selalu menjadi tempat ternyaman untuk mengeluarkan segala keluh kesah, serta sahabat-sahabat tercinta yang selalu menyemangati dalam keadaan apapun. Juga untuk keluarga besar tercinta dan orang-orang yang saya sayangi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan limpahan nikmat dan rahmat yang tidak mampu dihitung oleh hamba-Nya. Semoga dengan rahmat-Nya kita selalu dalam lindungan Allah, serta menambah rasa syukur dan taqwa dihadapanya-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah atas Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau.

Syukur Alhamdulillah atas izin Allah yang Maha segalaNya dan berkah rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasonal Banda Aceh)".**

Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi sarjana pada Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan, do'a, dukungan, usaha, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, tanpa itu semua penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih

جامعة الرانري
AR-RANIRY

yang tidak terhingga terutama kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag dan Ibu Ayumiati, SE., M.Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bapak Dr. Israk Ahmadsyah, B. Ec.,M. Ec., M.Sc. selaku pembimbing I sekaligus Penasehat Akademik saya dan Bapak Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkulaiahan.
6. Pihak Bank Aceh Syariah KPO dan Responden Nasabah Bank Aceh Syariah KPO, yang telah meluangkan waktu untuk membantu kesulitan saya dan mengisi kuesioner, tanpa kalian skripsi ini tidak akan selesai.
7. Teruntuk Kedua Orang Tua tercinta penulis ucapkan

sangat banyak terimakasih untuk Ayahanda Bukhari dan Ibunda Khaimah berkat do'a restu dan dukungannya penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

8. Kepada sahabat-sahabat saya Zikrul Kamal, M.Sayuti, Readi Radifan, Mahfud Ahdar, Ahlul Nazar, Suci Magfirah, Alyaa Asry, yang telah setia menemani dan membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Dan juga seluruh teman-teman seperjuangan Squad7_8, TPS, HMI, Hipelmabdya, Himasda, Batoh Squad, RAIN, Alumni 6B, Ps17, yang telah memberikan semangat yang tidak henti-hentinya kepada penulis, semoga kebaikan mereka dibalas oleh Allah SWT dan Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca dan menjadi hal positif bagi banyak berbagai pihak.

Banda Aceh, 14 Juni 2021

Fajri Ramadhan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	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	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

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
َ	*Fatḥah*	A
ِ	*Kasrah*	I
ُ	*Dammah*	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	*Fatḥah* dan ya	Ai
و	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *haula*

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	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ي	*Kasrah* dan ya	Ī
ي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيْلَ : *qīla*
يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *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 اْلاَطْفَالْ	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةْ	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*
طَلْحَةْ	: *Ṭalḥah*

Catatan:
Modifikasi

1. 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.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

ABSTRAK

Nama Mahasiswa	: Fajri Ramadhan
NIM	: 170603227
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh)
Tebal Skripsi	: 147 Halaman
Pembimbing I	: Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M. Ec., M.
Pembimbing II	: Riza Aulia, S.E.I., M. Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi minat dalam mengambil pembiayaan murabahah (studi kasus pada PT.Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, untuk pengumpulan data dengan cara menyebarkan kueisoner dengan jumlah responden sebanyak 60 responden dan tehnik pengambilan sampel dengan menggunakan *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Dari beberapa hipotesis yang diajukan, hasil penelitian yang diperoleh adalah kualitas pelayanan dengan hasil uji t yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,141 > 1,672 dan kualitas produk secara parsial dengan hasil uji t yaitu 2,219 > 1,672 yang mememiliki pengaruh yang positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah. Secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat, Murabahah

DAFTAR ISI

SKRIPSI
SKRIPSI ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA LMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK vi
LEMBAR MOTO PERSEMBAHAN vii
KATA PENGANTAR viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN x
ABSTRAK xv
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xix
DAFTAR GAMBAR 20
DAFTAR LAMPIRAN 1

BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.5 Sistematika Pembahasan 11

BAB II LANDASAN TEORI 13
2.1 Perbankan Syariah 13
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah 13
2.1.2 Jenis dan Kegiatan Perbank Syariah 14
2.2 Prinsip Bank Syariah dalam Menghimpun Dana 19
2.3 Prinsip Bank Syariah dalam Menyalurkan Dana 20
2.4 Pembiayaan syariah 22
2.4.1 Tujuan Pembiayaan Syariah 24
2.4.2 Fungsi Pembiayaan Syariah 26
2.4.3 Prinsip-Prinsip Pembiayaan Syariah 27
2.4.4 Jenis-Jenis Pembiayaan 28
2.5 Pembiayaan Murabahah 29

2.5.1 Pengertian Murabahah 29
2.5.2 Dasar Hukum Murabahah 31
2.5.3 Rukun Murabahah 33
2.5.4 Syarat Murabahah 34
2.5.5 Jenis-Jenis Murabahah 35
2.6 Manajemen Pemasaran perbankan Syariah 36
2.6.1 Pengertian Manajemen Pemasaran perbankan Syariah 36
2.6.2 Strategi Pemasaran perbankan Syariah 39
2.7 Minat Nasabah 41
2.7.1 Pengertian Minat Nasabah 41
2.7.2 Minat Nasabah dalam Pandangan Islam 42
2.7.3 Indikator Minat Nasabah 44
2.8. Kualitas Pelayanan 45
2.8.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 45
2.8.2 Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam 48
2.8.3 Indikator Kualitas Pelayanan 49
2.9 Kualitas Produk 51
2.9.1 Pengertian Kualitas Produk 51
2.9.2 Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam 52
2.9.3 Indikator Kualitas Produk 54
2.10 Penelitian Terdahulu 55
2.11 Kerangka Pemikiran 61
2.12 Hipotesis Penelitian 62
2.12.1 Kualitas Pelayanan 63
2.12.2 Kualitas Produk 64
2.12.3 Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk 64

BAB III METODE PENELITIAN 64
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 64
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian 65
3.3 Jenis Data 65
3.4 Populasi dan Sampel 66
3.5 Skala Pengukuran 68
3.6 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel 69
3.6.1 Variabel Penelitian 69
3.7 Uji Keabsahan Data 71
3.7.1 Uji Validitas 71
3.7.2 Uji Reliabilitas 72
3.8 Uji Asumsi Klasik 72

3.8.1 Uji Normalitas 72
3.8.2 Uji Multikolonieritas 73
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas 74
3.9 Metode Analisis Data 74
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda 74
3.10 Pengujian Hipotesis 76
3.10.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t) 76
3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F) 77
3.11 Koefisien Determinasi (R2) 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 78
4.1 Gambaran Umum Bank Aceh 78
4.1.1 Sejarah Bank Aceh 78
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh 82
4.1.3 Produk Bank Syariah 83
4.2 Deskripsi Responden 86
4.2.1 Karakteristik Responden 86
4.3 Deskriptif Variabel 97
4.4 Hasil Penelitian 102
4.4.1 Hasil Uji Normalitas 102
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas 103
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas 104
4.5 Uji Hipotesis 108

BAB V PENUTUP 120
DAFTAR PUSTAKA 122
Lampiran 127
Lampiran 2 127

AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume pembiayaan Murabahah 2017-2020 3
Tabel 2.1 Penelitain Terdahulu..... 24
Tabel 3.1 Skala Pengukuran 32
Tabel 3.2 Skala Likert 33
Tabel 3.3 Operasional Variabel 33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..... 45
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pekerjaan 46
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah Bank Aceh..... 47
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh 49
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif..... 50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X1 52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X2 53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Y 53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas..... 54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas..... 56
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)..... 58
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji f) 59
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... 60
Tabel 4.16 Hasil Uji determinasi (R2)..... 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran 28
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden 43
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia Responden 44
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Responden 45
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 47
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Jangka Waktu.. 48
Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Jarak yang Ditempuh 49
Gambar 4.7 Uji Normalitas Histogram..... 55
Gambar 4.8 Uji Normalitas P-Plot 55
Gambar 4.9 Uji Heteroskedasitas 56

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin penelitian 71
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian 72
Lampiran 3 Tabulasi Data 76
Lampiran 4 Karakteristik Responden 83
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas 84
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas 87
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas 89
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas 89
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 90
Lampiran 10 Hasil Uji Uji Parsial (Uji t) 90
Lampiran 11 Hasil Uji Uji Simultan (Uji f) 90
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup Penulis 91

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi ekonomi telah memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan di Indonesia. Perkembangannya ditandai dengan semakin banyaknya bank dengan berbagai macam produk pelayanan yang ditawarkan kepada nasabahnya (Latumaerissa, 2014). Kondisi seperti ini membuat adanya persaingan yang semakin ketat, Sehingga perbankan bersaing dalam menciptakan kualitas produk atau jasa yang berkualitas agar meningkatkan minat nasabah.

Perbankan syariah lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya. Transaksi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dengan bank lainnya. Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah menawarkan produk tertentu saja. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenis banknya (Ismail, 2011: 51).

Salah satu bentuk penyaluran dana pada bank syariah melalui produk pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan dengan akad jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang sudah disepakati(Antonio, 2010). Karakteristik pembiayaan murabahah adalah bahwa penjual harus memberi tahu pembeli mengenai harga pembelian produk

dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya *(cost)* tersebut (Wiroso, 2008).

Keunggulan pembiayaan dari produk murabahah adalah nasabah dapat membeli sesuatu barang sesuai dengan keinginan, dan kemampuan ekonominya. Pembiayaan murabahah juga dilakukan dengan angsuran sehingga tidak memberatkan pihak nasabah. Adapun keunggulan yang lain adalah bahwa dalam produk murabahah tidak mengenal riba atau sistem bunga, tetapi dalam hal ini adanya keterbukaan antara pihak bank dan nasabah. Bank sebelumnya memberikan informasi atas barang yang akan dibeli sesuai dengan keinginan nasabah dan harga yang telah ditentukan oleh penjual telah diketahui oleh pihak nasabah, kemudian bank menjual kepada nasabah sesuai dengan harga pembelian ditambah keuntungan.

Tambahan keuntungan bagi pihak bank diperjanjikan di awal transaksi yang didasarkan atas kesepakatan bersama antara pihak bank dengan nasabah. Transaksi jual-beli pada umumnya dapat dijelaskan mengenai unsur jaminan. Kedudukan jaminan dalam transaksi jual-beli secara teori bahwa jaminan hanya sebatas pada penjual bahwa penjual menjamin barang yang dijual tidak adanya cacat tersembunyi(Antonio,2010).

Kemudian supaya produk pembiayaan murabahah dapat diminati oleh masyarakat, maka dibutuhkan suatu manajemen pemasaran yang baik. Manajemen pemasaran ini merupakan suatu proses perencanaan, baik dari segi pelayanan maupun produk

dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan meningkatkan minat nasabahnya(Kasmir,2010). Dalam implementassinya di perbankan syariah, manajemen pemasaran berprinsip pada kaidah yang sesuai Al-qur'an dan hadits berasaskan pada kewajiban menegakkan kebenaran, keadilan, menyampaikan amanah dan jujur.

Dengan adanya manajemen pemasaran yang baik, akan menjadi daya tarik atau meningkatkan minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah. Minat adalah suatu rasa (proses) yang muncul dari adanya ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap produk, dan kemudian merasa ingin mencoba, menggunakan ataupun mungkin memiliki produk tersebut (Marlius,2016:15). Sebagai usaha mempertahankan minat nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan yang paling tepat digunakan untuk meningkatkan minat nasabah. Hal tersebut akan mempengaruhi minat nasabah.

Menurut Irawan (2015), kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat berkaitan erat dengan minat nasabah. Minat nasabah bisa diartikan suatu aspek psikis yang mewarnai seseorang untuk merasakan ketertarikan kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai suatu sikap dari adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan. Minat nasabah merupakan suatu perilaku seseorang yang memunculkan rasa suka, terhadap sesuatu perhatian, dan keinginan terhadap suatu barang atau jasa.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan. Perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan, dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Menurut Kotler (2008), Kualitas pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain. Kualitas pelayanan ini sangat bergantung sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas pelayanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono,2009). Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Amstrong,2008).

Minat nasabah pembiayaan murabahah PT.Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh, sangat meningkat dari tahun ke tahun. Tahun 2020 tercatat sudah mencapai 1789 nasabah yang dengan total pembiayaannya mencapai sebesar 2 ratus miliar lebih. Adapun berdasarkan data yang peneliti dapatkan, bahwa jumlah nasabah pembiayaan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Operasional Banda Aceh dapat di lihat pada tabel 1.1 di bawah:

Tabel 1.1
Volume Pembiayaan Murabahah 2017-2020

tahun	Jumlah Pembiayaan	Jumlah Nasabah
2017	165.022.000.000	1021
2018	181.962.000.000	1171
2019	300.178.500.000	1793
2020	294.470.700.000	1789

Sumber : PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh(2021)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, diketahui bahwa pada tahun 2017 jumlah pembiayaan murabahah yang disalurkan oleh Bank Aceh Syariah KPO sebesar Rp. 165.022.000.000 dan jumlah nasabah sebanyak 1.021 orang. Kemudian di tahun 2018 kembali terjadi peningkatan menjadi Rp. 181.962.000.000 dengan nasabah meningkat menjadi sebanyak 1.171 orang, begitu juga tahun 2019 meningkat menjadi Rp. 300.178.500.000 atau nasabah meningkat 1.793 orang. Akan tetapi di tahun 2020 mengalami penurunan menjadi sejumlah Rp. 294.470.700.000 untuk pembiayaannya, sedangkan jumlah nasabahnya juga berkurang 4 orang. Penurunan tersebut bisa saja terjadi disebabkan oleh berkurangnya pada kualitas pelayanan dan kualitas produk pembiayaan tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumantri (2014) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah" menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat nasabah. Selanjutnya, Sari (2019) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo.. Menunjukan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping.

Ratnasari (2018) Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, produk dan tingkat religiusitas terhadap Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Kemudian, Rohman (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat cabang pembantu sragen. Hasil penelitiannya adalah Pelayanan pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan

murabahah terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen.

Edyansyah (2014) Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Mandiri(Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo). Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah secara parsial, secara simultan kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sufiati (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Minat Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

Adapun penelitian lainnya yang juga terkait dengan ini adalah dilakukan oleh Agustina Lutfitasari (2018) Pengaruh pengetahuan, Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung, menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah, hanya variable pengetahuan dan kualiatas produk yang berpengaruh. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini berbeda dengan penelitian terdahulu dan penelitian lainnya, penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas

Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.

Oleh karena itu, dengan melihat perbedaan-perbedaan hasil penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam permasalahan ini dengan mengangkat judul "pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah" Studi Pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasinal Banda Aceh?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya untuk:

1. Khazanah ilmu pengetahuan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan literatur bagi seluruh mahasiswa dan mahasiswi Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam (FEBI) khsususnya jurusan S1 Perbankan Syariah untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2. Masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat dalam memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Aceh syariah Pusat Operasional Banda Aceh

3. Instansi terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan literatur untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh dan pihak universitas dapat memberi masukan kepada instansi terkait (Bank Aceh syariah KPO) tentang teori-teori yang relevan dengan perbankan syariah untuk diaplikasikan didalam dunia kerja dan pihak universitas juga dapat memberikan masukan berupa saran atau kritikan yang membangun terkait apabila terdapat ketidaksesuaian antara teori dan praktik di dalam pelakasanaan yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh nantinya.

4. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yaitu sebagai syarat menyelesaikan pendidikan program studi Perbankan Syariah Srata 1 di Universitas

Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh dan juga untuk menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Studi pada PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh, sehingga ketika wawasan dan pengetahuan sudah bertambah maka peneliti mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan ke dalam dunia kerja atau ke dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Sistematika Pembahasan

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

Bab Kesatu, Pada bab ini, diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penilitian, dan sistematika pembahasan penelitian.

Bab Kedua, merupakan studi teoritis yang menjelaskan bagaimana kerangka teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, Minat Nasabah, Pembiayaan Murabahah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab ketiga, pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, teknik pemerolehan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrumen penelitian yang berupa uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian terdapat uji asumsi klasik yang didalamnya memuat uji Normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Kemudian ada teknik analisis data yang memuat analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi (R^2) dan yang terakhir terdapat pengujian hipotesis yang memuat uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-f).

Bab Keempat, merupakan penjelasan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih pembiayaan Murabahah"

Bab Kelima, yaitu penutup. Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penulis serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak yang ingin meneliti hal serupa dengan penelitian ini.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia sudah jadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat Indonesia selaku bank syariah awal serta jadi pioner untuk bank syariah yang lain, serta sudah lebih dulu mempraktikkan sistem ini di tengah menjamurnya bank- bank konvensional. Krisis moneter yang terjalin pada tahun 1998 sudah menenggelamkan bank- bank konvensional serta banyak yang dilikuidasi sebab kegagalan sistem bunganya. Sementara perbankan yang menerapkan sistem syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan.

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan Syariah merupakan bank yang dalam aktivitasnya baik dalam mobilisasi dan dana maupun dalam peranan modalnya mendasarkan atas prinsip jual beli dan bagi hasil. Dengan ditetapkan UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang beberapa pasalnya mengatur tentang perbankan Islam di Indonesia. Serta mengacu pada pasal-pasal terkandung didalamnya yang mengatur perbankan dengan system bagi hasil, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.72 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Peraturan ini akan menjadi petunjuk operasional atau lebih menjelaskan beberapa hal penting yang berkaitan dengan bank dengan prinsip bagi hasil yang tidak

dijelaskan didalam Undang-Undang No.7 dan penjelasan undangundang tersebut.

Pada pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah No.72 tahun 1992 tentang Bank berdasarkan Prinsip Bagi Hasil menegaskan bahwa Bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah : "Bank umum atau Perkreditan Rakyat yang melakukan kegiatan usaha semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil". Sedangakan menurut psal 1 ayat (7) undang-udang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pengertian bank syariah diuraikan sebagai berikut: "Bank yang menjelaskan kegiatan usahanya tentang berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah".

2.1.2 Jenis dan Kegiatan Perbank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya. Transaksi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dengan bank lainnya. Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah menawarkan produk tertentu dan seterusnya. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenis banknya (Ismail, 2011: 51).

1. Jenis bank syariah ditinjau dari segi fungsinya

a. Bank Umum Syariah

Bank umum syariah (BUS) adalah bank yang dalam aktivitasnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prisip

syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Bank umum syariah dapat melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dala kegiatannya berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Bank umum syariah disebut juga dengan full branch, karena tidak dibawah koordinasi bank konvensional, sehingga aktivitasnya terpisah dengan konvensional. Bank umum syariah dapat dimiliki oleh bank konvensional, akan tetapi aktivitas serta pelaporannya terpisah dengan induk banknya (Ismail, 2011: 51).

b. Unit Usaha Syariah

Unit usaha syariah merupakan unit usaha yang dibentuk oleh bank konvensional, akan tetapi dalam aktivitasnya menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah, serta melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Aktivitas unit usaha syariah sama dengan aktivitas yang dilakukan oleh bank umum syariah, yaitu aktivitas dalam menawarkan produk penghimpunan dana pihak ketiga, penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, serta memberikan pelayanan jasa perbankan lainnya. Unit usaha syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan

usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah (Undang-Undang Perbankan N0.21 Tahun 2008)

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giral. Fungsi BPRS pada umumnya terbatas pada hanya penghimpunan dana dan penyaluran dana (Ismail, 2011: 54).

2. Jenis bank syariah ditinjau dari segi statusnya

a. Bank Devisa

Bank devisa merupakan bank syariah yang dapat melakukan aktivitas tranksaksi ke luar negeri dan/atau transaksi yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Produk yang ditawarkan oleh bank devisa lebih lengkap disbanding produk yang ditawarkan oleh bank Non-devisa. Bank devisa wajib menyampaikan laporan keuangan sekurang-kurangnya dalam dua Bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Inggris (Ismail, 2011: 55).

b. Bank Non-devisa

Bank Non-devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan seperti bank devisa. Transaksi yang dilakukan oleh bank Non-devisa masih terbatas pada transaksi dalam negeri dan/atau transaksi dalam mata uang rupiah saja. Bank Nondevisa dapat mengubah statusnya menjadi bank devisa apabila

telah memenuhi persyaratan devisa yaitu telah memperoleh keuntungan dua tahun terakhir secara berturut-turut. Produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh bank Non-devisa lebih terbatas dibandingkan dengan bank Non-devisa (Ismail, 2011: 51).

3. Jenis bank syariah ditinjau dari segi levelnya

a. Kantor Pusat

Kantor pusat merupakan kantor yang menjadi pusat dari kantor cabang diseluruh wilayah negara maupun kantor cabang yang ada di negara lain. Setiap bank hanya memiliki satu kantor pusat yang berlokasi di negara di mana bank syariah didirikan. Tugas utama kantor pusat bank syariah antara lain menyusun kebijakan operasional bank secara keseluruhan, membuat perencaaan strategis, dan melakukan pengawasan terhadap operasional yang terjadi di kantor cabang bank syariah (Ismail, 2011: 56).

b. Kantor Wilayah

Kantor wilayah, merupakan perwakilan dari kantor pusat yang membawahi suatu wilayah tertentu. Pembagian kantor wilayah didasarkan pada besar kecilnya bank maupun wilayah yang menjadi target pemasarannya. Kantor wilayah tidak melayani transaksi perbankan secara langsung, akan tetapi sebagai koordinator dari kantor cabang dalam mencapai target penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun pelayanan jasa. Kantor wilayah bank dibagi berdasarkan area, misalnya kantor

wilayah Jakarta, kantor wilayah Indoneis Timur, dan lainnya (Ismail, 2011: 57).

c. Kantor Cabang

Kantor cabang penuh merupakan kantor cabang yang diberi kewenangan oleh kantor pusat atau kantor wilayah untuk melakukan semua transaksi perbankan. Dengan kata lain, semua transaksi perbankan dapat dilakukan oleh kantor cabang penuh. Kantor cabang penuh menawarkan semua produk baik produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan pelayanan jasa perbankan. Kantor cabang penuh membawahi kantor cabang pembantu dam kantor kas, oleh karena itu kantor cabang pembantu dan kantor kas bertanggung jawab kepada kantor cabang penuh dalam melakukan aktivitas operasionalnya (Ismail, 2011: 57).

d. Kantor Cabang Pembantu

Berbeda dengan kantor cabang penuh yang dapat melayani semua transaksi perbankan, kantor cabang pembantu hanya dapat melayani beberapa aktivitas perbankan. Pada umumnya, kantor cabang pembantu lebih memfokuskan pada aktivitas penghimpunan dana pihak ketiga saja. Dalam hal pembiayaan, kantor cabang pembantu hanya diberi kewenangan untuk mencari calon nasabah. Keputusan persetujuan maupun peNolakan pembiayaan dilakukan oleh kantor cabang. Pimpinan kantor cabang pembantu menjadi salah satu komite pembiayaan (Ismail, 2011: 57).

e. Kantor Kas

Kantor kas merupakan kantor cabang yang paling kecil, karena aktivitas yang dapat dilakukan oleh kantor kas pada mulanya hanya meliputi transaksi yang tekait dengan tabungan baik setoran dan penarikan tunai. Transaksi lain, seperti pembukaan simpanan giro wadiah, deposito mudharabah, pemberian pembiayaan, pelayanan transfer, kliring, inkaso, ditangani oleh kantor cabang penuh sebagai induknya (Ismail, 2011: 58).

2.2 Prinsip Bank Syariah dalam Menghimpun Dana

Prinsip Bank syi'ariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadi'ah dan Mudharabah.

2.2.1 Prinsip Wadi'ah

Prinsip wadi'ah implikasi hukumnya sama dengan qardh, dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai peminjam. Prinsip ini dikembangkan berdasarkan ketentuanketentuan sebagai berikut (Muhammad, 2005):

a. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif.
b. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup ijin penyaluran dana yang disimpan dan

persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

c. Ketentuan lain berkaitan dengan giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2.2.2 Prinsip Mudharabah

Aplikasi prinsip ini adalah bahwa deposan atau penyimpan bertindak sebagai shahibul mal dan bank sebagai mudharib. Dana ini digunakan bank untuk melakukan pembiayaan akad jual beli maupun syirkah. Jika terjadi kerugian maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.

2.3 Prinsip Bank Syariah dalam Menyalurkan Dana

2.3.1 Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad *Murabahah*, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

2.3.2 Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Musyarakah, yaitu kerja sama dari dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu. Kedua pihak memberikan konstribusi dana dan

keahlian, serta memperoleh bagi hasil keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan yang tercantum dalam akad.

2.3.3 Pembiayaan Mudharabah

Akad mudharabah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

2.3.4 Pembiayaan Rahn

Rahn Gadai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Qardh, Rahn dan Ijarah, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima. Qardh Beragun Emas adalah solusi tepat dalam memenuhi kebutuhan dana bersifat segera yang sesuai dengan prinsip syariah. Proses pencairan sangat mudah dan cepat dengan fasilitas tempat penyimpanan barang jaminan yang aman.

2.3.5 Pembiayaan Wakalah

Fatwa 10/DSN-MUI/IV/2000 mengenai wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain.

2.3.6 Pembiayaan Ijarah

Fatwa 09/DSN-MUI/IV/2000 ijarah timbul karena kebutuhan masyarakat memperoleh manfaat suatu barang membutuhkan pihak lain melalui akad ijarah, yaitu pemindahan hak guna atau manfaat

atas suatu barang pada waktu tertentu dengan membayarkan sejumlah ujrah (fee) akan tetapi barang tersebut tidak berpindah kepemilikannya.

2.4 Pembiayaan syariah

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan dana (nasabah) sesuai dengan prinsip syariah. Dana yang diberikan oleh bank kepada pihak yang membutuhkan tersebut didasarkan atas rasa kepercayaan kepada pengguna dana (nasabah). Dimana bank mempercayai bahwa dana pembiayaan yang diberikan tersebut pasti akan dibayarkan kembali, dan juga bagi pengguna dana (nasabah) yang mendapat kepercayaan dari bank berkewajiban untuk mengembalikan dana pembiayaan tersebut sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati disaat melakukan akad (Ismail: 2011).

Menurut Kasmir (2013:73), "Pembiayaan 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."

Menurut Rivai dan Arifin (2010) menyatakan bahwa pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri ataupun lembaga, atau

bisa juga diartikan bahwa pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncankan.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan menurut Undang Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan, yaitu berupa:

1. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
2. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik.
3. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah salam, dan istishna
4. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang, qard.
5. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa

Dari beberapa pengertian di atas, secara sederhana dapat dipahami bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana dari pihak yang mempunyai dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana untuk jangka waktu tertentu dan dengan pengembaliannya disertai pembayaran sejumlah imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional, dimana dalam perbankan syariah keuntungan yang diperoleh atas pembiayaan adalah dalam bentuk bagi hasil, tidak sebagai bentuk bunga. Sedangkan dalam perbankan konvensional keuntungan yang diperoleh atas kredit adalah dalam bentuk bunga.

Dalam perbankan syariah tidak dikenal dengan istilah kredit, karena skema dalam penyaluran dana pada bank syariah jauh berbeda dengan skema pemberian kredit pada bank konvensional, dimana pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah merupakan sebagai bentuk investasi kepada nasabah yang membutuhkan dana. Sedangkan kredit yang diberikan oleh bank konvensional merupakan bentuk dari hutang bank kepada nasabah.

2.4.1 Tujuan Pembiayaan Syariah

Secara umum tujuan pembiayaan ada 2 yaitu tujuan makro dan mikro, untuk tujuan makro tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan ekoNomi umat yaitu masyarakat yang tidak memiliki akses ekoNominya, maka dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekoNomi.
2. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, yaitu untuk pengembangan usaha diperlukannya dana tambahan, oleh karena itu dengan adanya pembiayaan maka pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya

3. Meningkatkan produktivitas, yaitu dengan adanya pembiayaan dapat memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan daya produksinya.
4. Membuka lapangan kerja baru, yaitu dengan pembiayaan, maka usaha-usaha dapat memperluas sektor usahanya sehingga hal tersebut dapat menyerap tenaga kerja baru.
5. Terjadinya distribusi pendapatan, yaitu dengan adanya dana pembiayaan, maka masyarakat usaha produktif dapat membuka usaha sehingga mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Sedangkan secara mikro:

Pembiayaan ditujukan untuk beberapa tujuan berikut, yaitu untuk upaya memaksimalkan laba, untuk meminimalkan resiko kekurangan modal, sebagai penambahan modal usaha, untuk penyaluran dana dari pihak yang kelebihan dana, dan untuk menghindari terjadinya dana yang menganggur (Rivai dan Arifin, 2010: 681).

Adapun secara khusus, bank juga mempunyai tujuan tertentu dalam proses pembiayaan, yaitu:

1. Bank, yaitu dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan lancar, sehingga usahanya akan semakin maju dan juga akan semakin banyak masyarakat yang akan dilayani.
2. Pemilik, yaitu untuk mendapatkan penghasilan atas dana yang diinvestasikan pada bank tersebut
3. Pemerintah, yaitu terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, dan juga atas pajak penghasilan dari keuntungan bank.

AR-RANIRY

4. Pegawai, yaitu untuk memperoleh kesejahteraan atas pekerjaan pada bank tersebut
6. Masyarakat: sebagai pemilik dana yaitu mengharapkan dari dana yang diinvestasikan tersebut akan mendapatkan keuntungan bagi hasil. Sebagai debitur yang bersangkutan, yaitu dengan penyediaan dana baginya mereka merasa terbantu untuk pengadaan barang yang dibutuhkan. Sedangkan sebagai masyarakat umum, yaitu dengan pembiayaan mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkan (Rivai dan Arifin, 2010: 682).

2.4.2 Fungsi Pembiayaan Syariah

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekoNomian, menurut Rivai dan Veithzal (2008) secara garis besar fungsi pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan dapat meningkatkan utility (daya guna) dari modal atau uang
2. Pembiayaan dapat meningkatkan utility (daya guna) suatu barang
3. Pembiayaan dapat meningkatkan peredaran dan lalu lintas barang
4. Pembiayaan dapat menimbulkan gairah usaha masyarakat
5. Pembiayaan sebagai alat stabilisasi ekoNomi.

AR-RANIRY

2.4.3 Prinsip-Prinsip Pembiayaan Syariah

Prinsip pembiayaan merupakan pedoman-pedoman yang harus diperhatikan oleh bank syariah pada saat melakukan pembiayaan. Secara umum, prinsip penilaian pembiayaan pada suatu bank syariah menggunakan prinsip 5C + 1S (Kuncoro dan SuhardjoNo, 2012) yaitu sebagai berikut:

1. Character, yaitu menilai nasabah dari karakter atau segi tingkah lakunya dan kepribadiannya sehari-hari ataupun masa lalunya, hal ini mencakup sikap, emosi, tingkah laku dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.
2. Capacity, yaitu penilaian secara subjektif terhadap kemampuan penerima pembiayaan untuk melakukan pembayaran yang diukur dengan catatan prestasi penerima pembiayaan dimasa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas sarana tersebut.
3. Capital, yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditujukan oleh rasio financial dan penekanan pada komposisi modalnya.
4. Collateral, yaitu jaminan yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan, dengan tujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu saat terjadi resiko kegagalan, maka ada jaminan yang bisa digantikan sebagai pembayaran atas kewajibannya.
5. Condition, yaitu bank syariah harus melihat kondisi ekoNomi yang terjadi di masyarakat secara spesifik melihat adanya

جامعة الرانري
AR-RANIRY

keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon penerima pembiayaan.

6. Syariah, yaitu penilaian terhadap jenis usaha yang akan dibiayai tersebut benar-benar usaha yang sesuai dengan syariah dan tidak melanggar dengan ketentuan syariat islam.

2.4.4 Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut Antonio (2010) sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi, seperti pembiayaan modal kerja dan investasi. Pembiayaan modal kerja merupakan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan, peningkatan produksi baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Sedangkan pembiayaan investasi adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal serta fasilitas-fasilitas lainnya.
2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, dan akan habis digunakan untuk kebutuhan konsumsi.

Adapun menurut Ismail (2011) jangka waktunya, pembiayaan dibagi menjadi 3, yaitu:

1. Pembiayaan jangka pendek, yaitu pembiayaan yang diberikan dengan jangka waktu maksimal satu tahun. Pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syariah untuk membiayai modal kerja yang mempunyai siklus usaha dalam satu tahun dan pengembaliannya disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

2. Pembiayaan jangka menengah, yaitu diberikan dengan jangka waktu antara satu tahun hingga tiga tahun. Pembiayaan ini dapat diberikan dalam bentuk pembiayaan modal kerja, investasi, dan konsumsi.
3. Pembiayaan jangka panjang Pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun. Pembiayaan ini pada umumnya diberikan dalam bentuk pembiayaan investasi, misalnya untuk pembelian gedung, pembangunan proyek, pengadaan mesin dan peralatan yang Nominalnya besar serta pembiayaan konsumsi yang nilainya besar, misalnya pembiayaan untuk pembelian rumah.

Sedangkan menurut Ismail (2011) segi jaminannya, pembiayaan dibagi 2, yaitu:

1. Pembiayaan dengan jaminan, yaitu pembiayaan dengan jaminan merupakan jenis pembiayaan yang didukung dengan jaminan (agunan) yang cukup.
2. Pembiayaan tanpa jaminan, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tanpa didukung adanya jaminan. Pembiayaan ini diberikan oleh bank syariah atas dasar kepercayaan.

2.5 Pembiayaan Murabahah

2.5.1 Pengertian Murabahah

Kata al-Murabahah diambil dari bahasa Arab dari kata ar–ribhu yang artinya kelebihan dan tambahan atau keuntungan, atau murabahah juga berarti Al-Irbaah karena salah satu dari dua orang

yang bertransaksi memberikan keuntungan kepada yang lainnya (Yazid, 2014). Sedangkan menurut istilah, bahwa jual beli murabahah adalah akad jual beli dimana penjual menyebutkan kepada pembeli harga barang yang ia beli dan ia mensyaratkan keuntungan berupa uang dinar atau dirham kepada pembeli tersebut (Rusyd, 2007, dalam Mardatillah, 2019).

Adapun menurut Lukman (2012) murabahah merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang, harga jual tersebut disetujui pembeli. Sementara Dimyauddin (2008) menyatakan bahwa murabahah adalah jual beli komoditas di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang dan tingkat keuntungan yang diinginkan. Jadi singkatnya, murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli dalam teknis perbankan syariah.

Dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) No. 04/DSN-MUI/VI/2000 juga menjelaskan bahwa, murabahah adalah jual beli barang kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan Fatwa(Dewan Syari'ah Nasional, 2000)

2.5.2 Dasar Hukum Murabahah

1. Dasar hukum murabahah dalam al-Qur'an adalah:
   a. Firman Allah QS. al-Baqarah ayat 275:

.....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: *".....Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".....(QS.Al-Baqarah[2]:275)*

   b. Al-Qur'an, surat An-Nisa'ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: *"Hai orang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka rela di antara mu"*(QS.Al-Nisa[4]:29).

Dari penjelasan ayat-ayat al-Qur'an di atas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa, jual beli hukumnya adalah boleh, sedangkan ketidak bolehan hukum Islam terjadi adanya riba. Karena Allah telah mengharamkan memakan harta orang lain dengan cara batil, baik karena ada unsur riba atau yang lainnya yang tidak diperbolehkan dalam Syariah. Segala transaksi yang didasari faktor saling meridhai adalah boleh, kecuali jika terdapat ajaran Syariat yang mengharamkannya.

2. Al-Hadits

Hadits nabi riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib ra no,2289:

عنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ

Artinya: *"Hasan bin Ali al-Khalal menyampaikan kepada kami dari Bisyr bin Tsabit al-Bazzar, dari Nashr bin al-Qasim, dari Abdurrahim bin Dawud, dari Shalih bin Shuhaib, dari ayahnya bahwa Rasulullah SAW bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampurkan gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual"*(HR. Ibnu Majah dari Shuhaib no,2289).

3. Ijma' Ulama

Mayoritas ulama membolehkan jual beli dengan cara murabahah, karena manusia sebagai anggota masyarakat selalu membutuhkan apa yang dihasilkan dan dimiliki orang lain (Wiroso, 2005:47). Imam syafi'i tanpa bermaksud untuk membela pandanganya mengatakan jika seseorang ,menunjukkan komoditas kepada seseorang dan mgatakan, "kamu bali untukku, aku akan barikan keuntungan bagini, bagini', kemudian orang itu membelinya, maka transaksi itu sah. Adapun Imam malik juga mendukung pendapatnya dengan acuan pada praktek orang- orang madinah, yaitu ada *consensus* pendapat di madinah mengenai hukum orang yang membeli baju disebuah kota, dan mengambilnya kekoa lain untuk menjualnya berdasarkan suatu kesepakatan berdasarkan keuntungan

4. Kaidah Fiqh

ٱلْأَصْلُ فِي الشُّرُوْطِ فِي الْمُعَامَلاَتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلاَّ بِدَلِيْل

Artinya: *"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*

Maksud dari kaidah ini adalah, bahwa dalam setiap transaksi muamalah, pada dasarnya boleh, seperti halnya jualbeli, sewa-menyewa, kerjasama (mudharabah atau musyarakah), dan lain sebagainya, kecuali yang diharamkan seperti mengakibatkan kemadharatan, judi, dan riba. Dari dasar hukum al-Qur'an, al-Hadits dan kaidah fiqh maka diperbolehkannya murabahah karena dasar hukum tersebut adalah dasar utama dari hukum Islam.

2.5.3 Rukun Murabahah

Menurut Antonio (2010) rukun untuk jual beli murabahah terbagi menjadi 5 hal, pertama penjual, penjual adalah pihak bank yang membiayai pembelian barang yang diperlukan oleh nasabah pemohon pembiayaan dengan sistem pembayaran yang ditangguhkan. Kemudian yang ke dua merupakan Pembeli, dalam pembiayaan murabahah adalah nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan ke bank. Selanjutnya yang ke tiga merupakan objek jual beli yang sering dilakukan dalam permohonan pembiayaan murabahah oleh sebagian besar nasabah adalah terhadap barang-barang yang bersifat konsumtif untuk pemenuhan kebutuhan produksi.

Kemudian yang ke empat Harga, merupakan unsur terpenting dalam jual beli karena merupakan suatu nilai tukar dari barang yang atau sudah dijual. Yang terakhir ialah Ijab Qobul, Para ulama fiqih sepakat menyatakan bahwa unsur utama dari jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak, kedua belah pihak dapat dilihat dari ijab qobul yang dilangsungkan. Menurut mereka ijab dan qabul perlu diungkapkan secara jelas dan transaksi yang bersifat mengikuti kedua belah pihak, seperti akad jual beli, akad sewa, dan akad nikah.

2.5.4 Syarat Murabahah

Menurut Ascarya (2008), syarat dari jual beli murabahah adalah sebagai berikut: penjual memberi tahu harga pokok kepada calon pembeli, hal ini adalah logis, karena harga yang akan dibayar pembeli kedua atau nasabah didasarkan pada modal si pembeli awal/bank.

1. Akad pertama harus sah menurut rukun yang ditetapkan.
2. Kontrak harus bebas dari rentenir atau hal riba lainnya.
3. Jika ada cacat barang setelah pembelian, penjual harus menjelaskan kepada pembeli.
4. Penjual harus mengomunikasikan segala hal yang berkaitan dengan pembelian.

2.5.5 Jenis-Jenis Murabahah

Menurut Wiroso (2008:37-39), dalam konsep di perbankan syariah maupun di lembaga keuangan syariah, jual beli murabahah dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Murabahah Tanpa Pesanan

Murabahah tanpa pesanan adalah jenis jual beli murabahah yang dilakukan dengan tidak melihat adanya nasabah yang memesan atau tidak, sehingga penyediaan barang dilakukan oleh bank sendiri dan dilakukan tidak terkait dengan jual beli murabahah sendiri. Dengan kata lain, dalam murabahah tanpa pesanan bank syariah menyediakan barang atau persediaan barang yang akan diperjual belikan dilakukan tanpa memperhatikan ada nasabah yang membeli atau tidak. Sehingga proses pengadaan barang dilakukan sebelum transaksi/akad jual beli murabahah dilakukan. Pengadaan barang yang dilakukan bank syariah ini dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

a. Membeli barang jadi kepada produsen
b. Memesan kepada pembuat barang/produsen dengan pembayaran dilakukan secara keseluruhan setelah akad
c. Memesan kepada pembuat barang/produsen dengan pembayaran yang dilakukan di depan, selama dalam masa pembuatan, atau setelah penyerahan barang
d. Merupakan barang-barang dari persediaan murabahah atau musyarakah.

2. Murabahah berdasarkan pesanan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Sedangkan yang dimaksud dengan murabahah berdasarkan pesanan adalah jual beli murabahah yang dilakukan setelah ada pesanan dari pemesan atau nasabah yang mengajukan pembiayaan murabahah. Jadi dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank syariah melakukan pengadaan barang dan melakukan transaksi jual beli setelah ada nasabah yang memesan untuk dibelikan barang atau asset sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah tersebut.

2.6 Manajemen Pemasaran perbankan Syariah

2.6.1 Pengertian Manajemen Pemasaran perbankan Syariah

Menurut Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Sedangkan Stoner mengartikan Manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha–usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya–sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, dari pengertian kedua tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen bekerja dengan orang–orang untuk mengintеprestasikan dan mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan–fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penyusunan personalia atau kepegawaian (staffing), pengarahan dan kepemimpinan (leading) dan pengawasan (controlling) (Swasta, dan Handoko, 2011:8)

Adapun definisi pemasaran menurut Philip Kotler sebagai: Suatu proses social dan manajerial degan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Sementara itu William J. Stanton mengartikan : Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang–barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Pengertian manajemen pemasaran tidak ada perbedaan baik dalam perusahaan perbankan maupun non bank, yang membedakan hanyalah penerapannya. Pengertian manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa–jasa keuangan liannya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya. Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan (giro, tabungan, dan deposito) pinjaman atau jasa–jasa bank lainnya dengan tujuan memberikan kepuasan para nasabahnya. Adapun Manajemen pemasaran pada Bank Umum Syariah tentunya manajemen pemasaran bank yang prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevansinya dengan Al qur'an atau hadits antara lain amar ma'ruf nahi munkar, kewajiban menegakkan kebenaran, keadilan, menyampaikan amanah dan jujur (Kasmir, 2010).

Terdapat 4 (empat) prinsip dalam pemasaran banak syariah, yaitu:

1. Teistis (Rabbaniyyah)

   Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius, yang berangkat dari kesadaran akan nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktifitas pemasaran agar tidak merugikan orang lain, mulai dari menentukan strategi pemasaran, memilih pasar (segmentasi), memfokuskan pasar (targetting), menetapkan identitas perusahaan (positioning).

2. Etis (Ahlaqiyyah)

   Keistimewaan yang lain dan pemasaran syariah adalah juga karena sangat mengedepankan nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya tidak peduli apapun agamanya, karena nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

3. Realistis (al-Waqi'iyyah)

   Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Pemasar syariah adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalan segala aktivitas pemasarannya.

4. Humanistis (al-Insaniyyah) Pemasaran syariah juga bersifat humanistis universal.

Pengertian universal adalah bahwa syariah Islam diciptakan untuk manusia agar terangkat derajatnya dan terjaga serta terpelihara sifat-sifat kemanusiaanya, terkontrol dan seimbang tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Oleh karena itu pemasaran syariah jauh dari aktifitas persaingan yang tidak sehat dan menghalalkan segala cara untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan (Kartaya, dan Sula, 2010).

2.6.2 Strategi Pemasaran perbankan Syariah

Menurut Antonio (2010:29), strategi pemasaran syariah adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut yang harus bertumpu pada empat prinsip dasar: ketuhanan (rabbaniyah), menjunjung tinggi akhlak mulia (akhlaqiyah), mewaspadai keadaan pasar yang selalu berubah (waqi'ah), dan selalu memartabatkan manusia dan terpola syarat bingkai syariah dengan iNovasi, efisiensi, servis, dan responsibility.

Pemasaran menurut perspektif syari'ah adalah segala aktifitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapapun yang melakukan aktivitas pemasaran harus dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai prinsip bermuamalah secara Islami (Muhammad, 2005:42).

Menurut Ali Hasan (2002:120) strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu marketer perlu melakukan beberapa hal berikut:

1. Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan pelanggan.
2. Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, serta respon customer terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan.
3. Melakukan penyesuaian bauran pemasaran terhadap keiginan customer Dalam menyusun strategi pemasaran ada dua variabel utama yang perlu dipertimbangkan yaitu:

1) Variabel yang dikontrol, meliputi market segmentation, market budget, timing danmarketing mix
2) Variabel yang tidak bisa dikontrol meliputi keadaan persaingan, perkembangan teknologi, perubahan demografi, kebijakan politik pemerintah, sumber daya alam.

Strategi pemasaran pada dasarnya rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan (Alma, 2006:176).

AR-RANIRY

2.7 Minat Nasabah

2.7.1 Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah suatu rasa (proses) yang muncul dari adanya ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap produk, dan kemudian merasa ingin mencoba, mengunakan ataupun mungkin memiliki produk tersebut(Marlius,2016:15). Minat bisa diartikan suatu aspek psikis yang mewarnai seseorang untuk merasakan ketertarikan kepada sesuatu tetapi juga dapat dikatakan sebagai suatu sikap dari adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan, dalam kamus umum bahasa Indonesia minat merupakan suatu perilaku seseorang yang memunculkan rasa suka (perasaan hati) terhadap sesuatu, perhatian, dan keinginan (Irawan,2015).

Menurut Moven dan Oliver, minat beli adalah suatu yang didapatkan dari adanya proses belajar dan pemikiran seseorang yang kemudian akan memunculkan sebuah persepsi (pandangan). Dimana minat beli menghasilkan sebuah motivasi dalam benak nasabah yang akan memunculkan sebuah keinginan yang kuat dan apabila seorang nasabah akan memenuhi kebutuhannya dengan mengaktualisasinya(Andespa,2017:22). Adapun menurut Kinner dan Taylor minat beli adalah suatu bagian dari perilaku nasabah dalam sikap mengkonsumsi dan menjadikan sebuah kecenderungan adanya responden untuk melakukan tindakan sebelum keputusan dilaksanakan.

Nasabah menurut UU RI Tahun 2008 adalah suatu pihak yang mempergunakan jasa Bank Syariah dan/atau UUS.23 Nasabah

adalah seseorang pemilik dana, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Nasabah adalah seseorang yang berhubungan sengan ataupun menjadi pelanggan bank atau mengenai (urusan) keuangan (Poerwadarmanta, 2010:1181). Menurut Kasmir nasabah adalah pihak yang mempergunakan jasa bank baik untuk keperluan pribadi maupun untuk pihak lain dengan menggunakan/ membeli produk yang di tawarkan oleh Bank. Maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah ketertarikan yang timbul dari perilaku seseorang dalam konteks keuangan dimana seseorang akan terlibat satu sama lain terhadap lembaga keuangan

2.7.2 Minat Nasabah dalam Pandangan Islam

Hurlock (2004:114) berpendapat bahwa minat nasabah merupakan sumber motivasi yang mendorong nasabah untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat nasabah pun berkurang, setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak bagi manusia. Semakin kuat kebutuhan ini, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut. Selanjutnya, semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan dengan kata lain minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, pada surat Ar-Ra'ad ayat 11

dijelaskan :

لَهُۥ مُعَقِّبَٰتٌ مِّنۢ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِۦ يَحْفَظُونَهُۥ مِنْ أَمْرِ ٱللَّهِ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا۟ مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَآ أَرَادَ ٱللَّهُ بِقَوْمٍ سُوٓءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُۥ ۚ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِۦ مِن وَالٍ

Artinya: *Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S. Ar-Ra'd [13]: 11).*

Dilanjutkan dengan ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan yaitu:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُوا۟ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُوا۟ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S. Al* Jumu'ah [62]:10)

Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita- cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam ayat berikut ini:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ ٱلشَّهَوَٰتِ مِنَ ٱلنِّسَآءِ وَٱلْبَنِينَ وَٱلْقَنَٰطِيرِ ٱلْمُقَنطَرَةِ مِنَ ٱلذَّهَبِ وَٱلْفِضَّةِ وَٱلْخَيْلِ ٱلْمُسَوَّمَةِ وَٱلْأَنْعَٰمِ وَٱلْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَٰعُ ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۖ وَٱللَّهُ عِندَهُۥ حُسْنُ ٱلْمَـَٔابِ

Artinya: *Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa- apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak,*

kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga) (Q.S. Ali Imron[3]:14)

Ayat di atas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang untuk memenuhi keperluan hidupnya, begitu juga dengan minat manusia terhadap benda atau produk sehingga jika manusia berminat akan berupaya mendapatkannya, salah satunya melalui, mengambil pembiayan murabahah untuk mencapai keinginannya atas dasar minat sebelumnya.

2.7.3 Indikator Minat Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Reber dalam Muhibbin Syah (2005) antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor Eksternal Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan. Faktor-faktor yang menimbulkan minat menurut Shaleh (2009):

1. Faktor interen

a. Dorongan dari dalam individu artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, juga dorongan rasa ingin tahu.
b. Motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan penghargaan.
c. Faktor emosional artinya minat erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

2. Faktor eksteren
   a. Status ekoNomi
   b. Pendidikan
   c. Situasional (Orang dan Lingkungan)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.8. Kualitas Pelayanan

2.8.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan. Pelayanan dalam kamus umum bahasa Indonesia yaitu meNolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang

lain seperti tamu atau pembelian. Menurut Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut (Kotler, 2008).

Menurut Adrian Payne, Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakwujudan (intangbility) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Payne, 2010).

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain. Dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

Dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan benar-benar memperhatikan hal yang menjadi faktor penting yang benar-benar diperhatikan oleh perusahaan yaitu konsep kualitas pelayanan yang mewujudkan suatu kepuasan konsumen di dalam perusahaan karena berbagai indikator yang ada di dalam kualitas pelayanan tersebut bisa jadi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi bentuk kepuasan konsumen yang ingin diwujudkan.

Kualitas pelayanan dipandang salah satu komponenen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan

pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lainnya. dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menetapkan pilihan. Hal ini membuat semakin sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karena kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin.

Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut TjiptoNo, kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (TjiptoNo, 2007).

Bagi perusahaan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut oleh konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk yang diterimannya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelangan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Berdasarkan definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna

memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

2.8.2 Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam

Salah satu standar berkualitas atau tidaknya transaksi dalam islam adanya asas saling ridha. Setiap jual beli layak menganut asas saling ridha dan berorientasi saling restu antara penjual dan pembeli. Menurut Al- futhy alhanbal, dalam buku Muhammad Sholihin menuliskan tiga syarat transaksi berkualitas pertama menganut asas saling ridha, kedua transaksi itu melahirkan hak menguasai bagi pembeli, ketiga produk itu rill dan nyata bukan fiktif. Ketiga kriteria ini adalah pra syarat untuk merebut kepercayaan pembeli. Jika ketiga kriteria ini diperhatikan oleh pemasar atau juga penjual maka tidak bakal ada keluhan konsumen(Sholihin,2010).

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al- Baqarah (2): 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ﴿٢٦٧﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman nafkahkanla (dijalan Allah), sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu, dan jaganlah kamu memilih yang buruk buruk lalu kamu dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji (QS Al-Baqarah [20] : 267).

Menurut Thorik G. dan Utus H, dalam Daulay (2017) , pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service), tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai heart share konsumen pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam. Loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan dirugikan.

2.8.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Upaya mempertahankan komitmen pelayanan jasa yang baik dan untuk meningkatkan mutu pelayanan yang berkualitas, maka suatu perusahaan harus melakukan pengukuran terhadap

kinerja atas kualitas pelayanan mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen, menilai kualitas jasa dapat dilihat dari seluruh dimensi yang ada pada jasa itu sendiri. Menurut Parasuraman ada lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

a. Berwujud (*tangible*)

yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.

b. Keandalan (*reliability*)

yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keadalanan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

c. Ketanggapan (*responsiviness*)

yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.

d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)

yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para karyawan.

e. Empati (*emphaty*)

yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan(WibosoNo,2006).

2.9 Kualitas Produk

2.9.1 Pengertian Kualitas Produk

Setiap produk yang dihasilkan diharapkan menghasilkan kualitas yang baik atau yang disebut dengan kualitas produk. Produk yang diterima oleh para konsumen adalah produk yang kualitasnya dapat memuaskan konsumen, kualitas produk sangat berpengaruh untuk meyakinkan para konsumen melakukan keputusan pembelian. Bila kualitas suatu produk bagus dan dapat memuaskan konsumen, maka dapat ditafsirkan akan menaikkan kepuasan konsumen atas produk tersebut. Dalam konsep produk menegaskan bahwa akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri-ciri paling berkualitas, bersinergi atau inovatif.

Para manajer dalam organisasi memusatkan perhatian untuk menghasilkan produk yang unggul dan menigkatkan kualitasnya sepanjang waktu. Mereka berasumsi bahwa para pembeli mengagumi produk-produk yang dibuat dengan baik serta dapat

جامعة الرانري
AR-RANIRY

menghargai mutu dan kinerja. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk buatannya sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Pemahaman prilaku konsumen tentang kualitas produk dapat dijadikan dasar terhadap proses pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Amstrong,2008).

Selanjutnya Menurut Husein Umar, kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa. Sedangkan menurut Fandy Tjipton, kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (TjiptoNo,2009).

Dengan melihat definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

2.9.2 Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam

Menurut Veitzhal Rivai kualitas produk adalah suatu upaya untuk menghasilkan segala sesuatu yang terbaik, sekaligus

meningkatkan serta menjamin keberlangsungan dan kemajuaannya (Rivai.2012). Kualitas produk mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan, bila kualitas produk yang tidak baik maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang. Kualitas produk sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adaalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Sebagaimana firman Allah SWT QS. An-Naml[27] : 88 sebagai berikut:

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَّهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِۗ صُنْعَ اللّٰهِ الَّذِيْٓ اَتْقَنَ كُلَّ شَيْءٍۗ اِنَّهٗ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَفْعَلُوْنَ ﴿٨٨﴾

Artinya: ''Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tia[-tiap sesuatu, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (Q.S An-Naml[27]:88).

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri sudah menciptakan semua

yang ada dilangit dan di bumi dengan kualitas yang sangat sempurna. Bila suatu produk telah dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

2.9.3 Indikator Kualitas Produk

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya maka perlu diperhatikan indikator-indikator kualitas produk. TjiptoNo (2017) berpendapat bahwa indikator-indikator dari kualitus produk terbagi menjadi 5 hal meliputi:

1. Kinerja Kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Kesesuaian dengan spesifikasi Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
3. Fitur Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. Estetika Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
5. Kesan kualitas Seiring dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu sumber yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari beberapa skripsi dan jurnal terdahulu, yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sari (2019) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo	Penelitian ini menggunakan data primer, Alat analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Data, Uji Normalitas Data, dan analisis Structural Equation Modelling	Hasil penelitian menunjukan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping.
2	Sufiati (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Minat Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh)	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 23.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Kemudian Berdasarkan uji

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama dan Judul penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
			simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat Minat Nasabah terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.
3	Ratnasari (2018) Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah	Metode deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif, dan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, produk dan tingkat religiusitas terhadap minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah
4	Rohman (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat cabang pembantu sragen	Metode yang digunakan adalah dokumentasi, wawancara dengan karyawan, direktur Bank muamalat dan dengan menyebarkan angket kepada sampel nasabah pembiayaanMurabahah.	Hasil penelitiannya adalah Pelayanan pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen.

Tabel Lanjutan 2.1

No	Nama dan Judul penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
5	Edyansyah (2014) Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Mandiri(Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo)	Analisis regresi linier berganda. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, studi kepustakaan dan observasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah secara parsial, secara simultan kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6	Sumantri (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah	Metode asosiatif kausal. Penelitian ini menggunakan simple random sampling dan kuota sampling, sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah.

Sumber: diolah oleh peneliti, (2021)

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

penelitian yang akan diteliti yaitu berlokasi di PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh di mana terdapat perbedaan karakter dengan penelitian terdahulu.

Penelitian pertama dilakukan oleh Sari(2019) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo, menunjukan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti variabl x yang sama, satu variabel y yang sama dan jenis data yang sama, Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan 2 variabel y sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel y dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan Uji Instrumen Data, Uji Normalitas Data, dan analisis Structural Equation Modelling sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuntitatif dengan jenis penelitian asosiatif.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ratnasari(2018) dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi dan

tingkat religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti dua variabel x dan satu variabel y yang sama. Adapun perbedaannya adalah peneliti tersebut menggunakan empat variabel x sedangkan peneliti hanya menggunakan dua variabel x dan juga perbedaan dimetodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan Metode deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuntitatif dengan jenis penelitian asosiatif.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Rohman(2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah, menunjukan bahwa Pelayanan pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Sragen. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti satu variabel x yang sama dan satu variabel y yang sama. Adapun perbedaannya adalah peneliti tersebut hanya menggunakan satu variabel x sedangkan peneliti menggunakan dua variabel x dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan metode dokumentasi dan wawancara, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuntitatif dengan jenis penelitian asosiatif.

Penelitian keempat dilakukan oleh Edyansyah (2014) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

terhadap Minat Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo), menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah secara parsial, secara simultan kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap kepuaan nasabah. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama menggunakan dua variabel x dan satu variabel y yang sama. Adapun perbedaannya di metodologi analisis regresi linier berganda. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, studi kepustakaan dan observasi, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuntitatif dengan jenis penelitian asosiatif.

Penelitian kelima dilakukan oleh sufiati(2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Minat Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh) menunjukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Kemudian Berdasarkan uji simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat Minat Nasabah terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Persamaan penelitian ini.

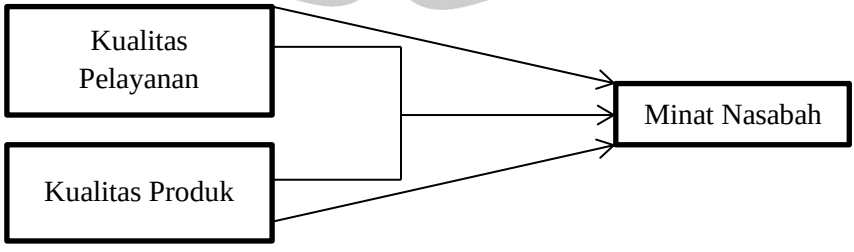
Penelitian keenam dilakukan oleh Sumantri(2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank

Syariah, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti variabl x yang sama. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan 2 variabel y sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel y dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan asosiatif kausal sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuntitatif dengan jenis penelitian asosiatif.

2.11 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka di atas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini:

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran



Sumber : diolah peneliti(2021).

Kualitas pelayanan merupakan indikator yang diteliti dalam penelitian ini, karena kualitas pelayanan berkaitan erat dengan minat nasabah dalam memutuskan untuk mengambil pembiayaan murabahah. Adapun kualitas produk salah satu saran utama pemasar yang memiliki standarisasi kualitas, dimana tujuan dari standarisasi kualitas ini adalah agar nasabah tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan, karena produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh bank aceh syariah KPO banda aceh.

Oleh karena itu, pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi tolak ukur yang penting dalam penelitian ini untuk mengetahui secara simultan pengaruhnya terhadap keputusan minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

2.12 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui hasil penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran sebelumnya, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

2.12.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

H_1 = Kesimpulannya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sumantri (2014), menunjukan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah.

2.12.2 Pengaruh Kualitas Produk

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

H_2 = Kesimpulannya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sufiati (2019), menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

2.12.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

H_3 = Kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Edyansyah (2014), menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah secara parsial, secara simultan kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut SugiyoNo (2017:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Metode kuantitatif disebut juga metode tradisional, positivistik, ilmiah dan metode discovery. Metode kuantitatif di sebut juga metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan jadi sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.

Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (scientific) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Kasiram, 2008: 149). Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu untuk bertujuan mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (SugiyoNo, 2012:11)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT.Bank Aceh Syariah yang beralamat Jl. Tgk. H. Mohd. Daud Beureueh No. 161 Lampriet, Banda Aceh, sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data dan keperluan lainnya. Penelitian ini mengadakan penelitian langsung pada kantor PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.

Alasan peneliti memilih PT. Bank Aceh syariah KPO Banda Aceh sebagai lokasi penelitian ini yaitu karena bank tersebut merupakan Kantor Pusat Operasional dan tentunya memiliki nasabah yang banya sehingga memungkinkan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam jumlah yang besar, sehingga mampu memenuhi kebutuhan nasabah bagi yang membutuhkan, dan seperti ibarat kata buah jatuh tidak jauh dari pohonnya jika pohon ditanam dengan bibit dan pupuk yang unggul maka akan menghasilkan buah yang berkualitas, dan juga sebaliknya. Begitu juga dengan Kantor pusat operasional jika pusatnya berkualitas pasti capem-capemnya juga berkualitas.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2006:

122). Data primer yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang secara langsung diisi oleh responden.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Erlina (2011: 80) mengatakan populasi adalah sekelompok orang, kejadian suatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh yang datang dan melakukan transaksi di PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh. Jumlah populasi 2020 berjumlah 1.789 nasabah.

Sampel adalah bagian yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Erlina 2008: 75). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perwakilan dari keseluruhan dari populasi, artinya apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simpel random sampling*, di mana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi (Arikunto, 2005: 109).

Berdasarkan jumlah populasi yang terlalu besar maka penelitian mengambil sampel menggunakan pendapat Roscoe, agar lebih memudahkan dan lebih menghemat waktu dalam melakukan penelitian.

Penetapan jumlah ukuran pengambilan sampel menggunakan pendapat Roscoe dalam SugiyoNo (2014: 90), yang mengungkapkan tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam katagori (misalnya: wanita-pria, mahasiswa-pegawai, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap katagori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, variabel penelitian ada 5 (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel =10×5=50.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana maka menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Oleh karena itu, berdasarkan teori Roscoe yang mengatakan bahwa bila penelitian dilakukan dengan analisis multivariate (kolerasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (SugiyoNo, 2010:130).

AR-RANIRY

Jadi karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel, maka jumlah minimal sampel yang peneliti ambil adalah sebanyak 3x10 = 30 responden, namum peneliti pengambil 60 responden untuk memperkuat data penelitian.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mengindetifikasi variasi dalam sekumpulan variabel di antara variabel itu sendiri atau antara satu variabel dependen dan satu atau beberapa variabel independen. Skala ukuran sangat penting dalam mengukur konsep yang digunakan penelitian yang mana skala ukuran yang akan digunakan akan menentukan metode analisis yang tepat sesuai dengan skala ukurannya. Data yang dapat dibedakan menjadi data diskrit (*discrete*) dan data kontinu (*continuous*). Data diskrit disebut juga dengan data Nonmetrik sedangkan data kontinu disebut juga dengan data metrik (Fauzi et al., 2019).

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Tingkat	Deskripsi	Dasar operasi Empiris	Jenis Penggunaan	Jenis statistik	
				Deskriptif	Inferensi
Ordinal	Selain untuk identifikasi, angka memberi informasi tentang jumlah karakteristik yang dimiliki suatu kejadian, objek, dan lain-lain secara relative.	Penentuan lebih besar atau lebih kecil.	Rangking/Scoring	Median (rata rata dan varians)	Nonparametrik (parametrik)

Sumber: (Fauzi et al., 2019)

Dari tabel skala pengukuran tersebut bahwa dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala ordinal. Sedangkan teknik skala yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan skala *likert*, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden. Ada pun tabel skala likernya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

N0	Jawaban	Skor atau Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Fauzi et al (2019).

3.6 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Penelitian

penelitian adalah semua hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (SugiyoNo, 2007: 59). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah dimana kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dan yang dirasakan nasabah akan mempengaruhi tingkat Minat Nasabah.

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Minat Nasabah (Y)	Minat adalah suatu rasa (proses) yang muncul dari adanya ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap produk, dan kemudian merasa ingin mencoba, mengunakan ataupun mungkin memiliki produk tersebut(Marlius,2016:15).	Internal : 1.Dorongan dari dalam diri individu 2.motif sosial 3.Faktor emosional atau perasaan Eksternal : 1.status ekoNomi 2.pendidikan 3.situasional 4.keadaan psikis (Shaleh,2009)	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X)	Menurut Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut(Kotler, 2008).	1.Berwujud (*tangible*) 2.Keandalan (*reliability*) 3.Ketanggapan(*responsivinesss*) 4.Jaminan dan Kepastian (*assurance*) 5.Empati (*emphaty*) (WibosoNo,2006).	Ordinal
Kualitas Produk (X)	kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk	1. Kinerja Kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. 2. Kesesuaian dengan spesifikasi Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya	Ordinal

Tabel Lanjutan 3.3

	lainnya(Amstrong,2008).	cacat pada produk. Fitur Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. 4. Estetika Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk. 5. Kesan kualitas Seiring dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan(TjiptoNo.2007).	

Sumber : Marlius (2016), Kotler (2008), Amstrong (2008), Hawkins (2007), WibosoNo (2006), TjiptoNo (2007).

3.7 Uji Keabsahan Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011: 45).

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yang itu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r

tabel untuk degree of freedom (df)= n-2, dalam hal ini (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011:46).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011: 47).

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23, yakni dengan melihat hasil perhitungan Cronbach alpha> 0.60 (Gozhali, 2011).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan perhitungan statistic regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, maka diadakan pengujian asumsi klasik.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi Normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi Normal. Ada dua cara untuk 55 mendeteksi apakah residual berdistribusi

Normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011: 160).

Pada prinsipnya Normalitas dapat didektesi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan antara lain (Ghozali, 2011: 163):

1. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukan pola distribusi Normal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
2. Jika data (titik) menyebar menjauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis grafik diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukan pola distribusi Normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

3.8.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi digunakan untuk matrik kolerasi variabel-variabel bebas, 56 dan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Faktor (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 23 for windows.

Jika dari matrik kolerasi antara variabel independen ada kolerasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini

merupakan indikasi adanya problem multikolonieritas, dan sabaliknya, Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2011).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139). Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap

variabel dependen (Y). Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Minat nasabah, sedangkan yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Model hubungan Minat nasabah dengan variabel-variabel bebasnya tersebut disusun dalam persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2011: 102).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.2)$$

Dimana:

Y	: Minat nasabah
a	: Konstanta
b1 b2	: Koefesien regresi
X_1	: Kualitas pelayanan
X_2	: Kualitas produk
E	: error

Koefesien 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, 2011: 102).

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011: 98) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (Kualitas pelayanan, Kualitas produk) terhadap variabel dependen (Minat nasabah) secara terpisah atau parsial.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho : variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk) tidak mempunyai berpengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat nasabah).

Ha: variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat nasabah).

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, jika t tabel > t hitung, maka Ho diterima atau Ha ditolak. Jika t tabel < t hitung, maka H0 ditolah atau Ha diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi jika angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka Ho diterima atau Ha ditolak.Jika angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak atau Ha diterima.

AR-RANIRY

3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2011: 98) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat Nasabah sebagai variabel dependen.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. H0 diterima jika F hitung < F tabel pada α = 5%

b. Haditerima jika F hitung > F tabel padaα = 5%

3.11 Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara Nol dan satu. 61 Nilai R2 yang kecil bearti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi ȧ variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011 :97).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Aceh

4.1.1 Sejarah Bank Aceh

Bank Aceh merupakan satu-satunya bank daerah yang dibentuk untuk kepentingan perekoNomian dan kesejahteraan masyarakat Aceh. Bank milik pemerintah Aceh ini didirikan pada tahun 1973 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah (BPD) Aceh. Pendirian bank tersebut dipelopori oleh pemerintah daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Aceh atas dasar pemikiran perlunya sebuah lembaga keungan yang berbentuk Bank yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan dan menyukseskan pembangunan di Aceh.

Gagasan untuk mendirikan bank ini tercetus atas prakarsa. Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (Pemerintah Aceh). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan provinsi Aceh di Kutaraja (Banda Aceh) berdasarkan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 september 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Panghitunan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama PT Bank Kesejahteraan Atjeh NV dengan modal yang ditetapkan Rp. 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan akte yang terjadi, akhirnya pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan surat keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesain, 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok bank pembangunan daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah Nomor 12 tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 april 1973 Gurbernur 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, hak

dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah beberapa kali mengadakan perubahan peraturan Daerah (Perda), yaitu 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 Istimewa Aceh Nomor. 2 tahun 1999 tanggal 2 maret 1999 tentang perubahan bentukbadan hukum bank pembangunan daerah istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh menteri dalam negeri dengan keputusan menteri dalam negeri No. 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimea Aceh dalam program rekapitalisai, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan republik Indonesia dan Gurbernur 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 rekapilitalisasi antara Pemerintah

Republik Indonesia, Bank Indonesia dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukun menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 mei 1999. Dalam akte pendirian perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp. 150 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang penyataan keputusan rapat No. 10 tanggal 15 desember 2008, Notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp. 1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh menteri hukum dan hak asasi manusia republik indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 tahun 2009 pada tanggal 9 september 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkabn oleh keputusan Gurbernur Bank Indonesia No.12/16/KEP.GBI/2010 tanggal 29 september 2010.

Bank juga memulai aktiitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 oktober 2004 mengenai izin pembukaan kantor cabang syariah bank dalam aktivitas kemersil Bank. Bank mulai melakukan

kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004. Kantor Pusat Bank berlokasi di Jalan Tgk. H. M. Daud Bereueh No. 24 Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 31 desember 2010, Bank memiliki kantor pusat, operasional (termasuk kantor pusat), 24 kantor cabang, serta 77 kantor cabang pembantu.

Riwayat dan perubahan nama serta badan hukum:

1) 19 November 1958: NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
2) Agustus 1973: Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
3) Februari 1993 : PD Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
4) 7 Mei 1999 : PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi PT. Bank BPD Aceh.
5) 29 september 2010 : PT. Bank Aceh

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh

Visi dari bank aceh adalah mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.

Sedangkan misi dari Bank Aceh adalah membantu dan mendorong pertumbuhan ekoNomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonmi rakyat,

serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.

4.1.3 Produk Bank Syariah

a. Tabungan

- Tabungan Seulanga Ib

Tabungan seulanga adalah tabungan perorangan yang diperuntukan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat nisabah yang lebih tinggi dibandingan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi yang tentunya sesuai dengan poin yang dimiliki nasabah sebagai penabung.

- Tabungan Aneka Guna

Tabungan aneka guna adalah tabungan yang dapat dimiliki oleh siapaun dengan setoran awal hanya sebesar Rp. 20.000,-. Nasabah dapat menarik atau menyetor uang dengan tabungan aneka guna setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh Syariah.

- Tabungan SIMPEDA

Tabungan Simpeda adalah Tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan untuk membantu mengatur keuangan anda secara profesional

- Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank–bank di indonesia dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menumbuhkan budaya menabung.

- Tabungan Haji Akbar

Tabungan haji merupakan tabungan yang dapat membantu nasabah mewujudkan niat menunaikan ibadah haji.

- Tabungan Firdaus

Tabungan firdaus merupakan salah satu produk tabungan bank aceh di mana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya

- Tabungan Sahara

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.

b. Giro

- Giro Bank Aceh

Giro adalah simpanan dalam rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan (misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll). Nama-nama produk giro pada Bank Aceh Syariah adalah giro pemerintah pusat, giro pemerintah daerah, giro BUMN/BUMD, giro pemerintah campuran, giro perusahaan umum (pribumi), giro perusahaan umum (non pribumi), giro yayasan/badan

sosial/koperasi, giro perorangan (pribumi), giro perorangan (non pribumi), giro antar bank, giro lainnya.

- 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.

c. Deposito

- Deposito Bank Aceh

Deposito adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dengan yang bersangkutan.

- 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.

d. Simpanan Pensiunan

Simpanan 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.

e. Layanan

MEPS (Malaysian Exchange Payment System), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri.

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden peneliti akan membahas berbagai kriteria berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, lamanya menjadi nasabah dan jarak yang ditempuh. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah diberikan oleh peneliti. Tehnik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini menggunakan tehnik probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, di mana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin

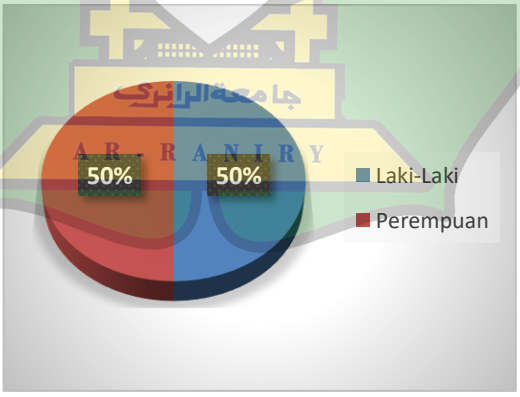
Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	30
2	Perempuan	30
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan berjumlah sama yaitu 30. Adapun jumlah persentase reposnden berdasarkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat digambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.1
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari gambar diagram di atas dapat dilihat bahwa sejumlah responden laki-laki sebesar 50% dan jumlah responden sebesar 50%, dengan begitu jumlah responden nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh memiliki jumlah yang sama yaitu 30 orang atau sama dengan 50%.

4.2.3 Responden Menurut Usia

Adapun karakteristik responden jika dilihat dari segi usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini adalah sebagai berikut :

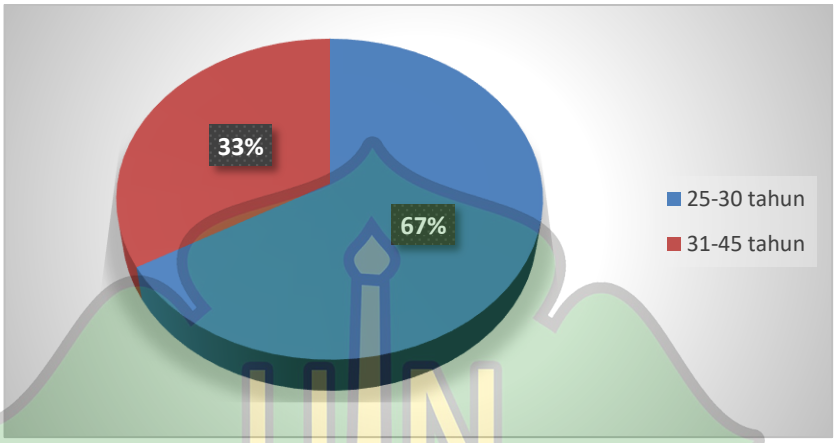
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	20-30 tahun	20
2	31-45 tahun	40
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan usia 31-45 tahun berjumlah 40 orang yang berarti responden dalam rentang usia 31-45 tahun paling banyak menjadi nasabah pada pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh daripada rentang usia 20-30 tahun yang hanya berjumlah 20 responden. Pada umur 31-45 merupakan puncak karir dari seseorang dari pada umur 20-30 yang pada umumnya ditandai dengan selesainya pendidikan, mengalami menjadi pengangguran dan baru mendapatkan pekerjaan, hal ini yang menjadi faktor pendukung rentang usia 31-45 tahun yang palig banyak mengambil

pembiayaan murabahah. Adapun persentase responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.2
Diagram Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa jumlah rentang usia 31-45 tahun memiliki persentase paling tinggi yaitu 67% dan persentase dengan rentang usia 20-30 tahun yaitu sebesar 33%. Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh KPO Banda Aceh yang paling banyak adalah rentang usia 31-45 tahun.

4.2.4 Responden Berdasarkan Tingat Pendidikan Terakhir

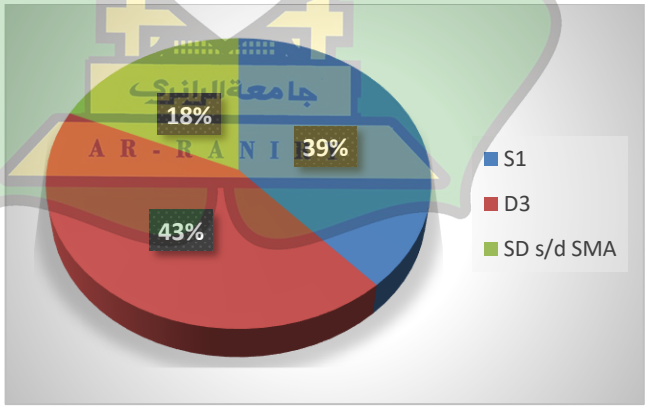
Adapun karakteristik responden jika dilihat dari segi tingkat pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SD s/d SMA	11
2	D3	26
3	S1	23
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir D3 menduduki nasabah Bank Aceh Syariah KPO banda Aceh paling banyak sebanyak 26 responden, kemudian responden dengan tingkat pendidikan terakhir S1 sebanyak 23 responden dan yang terakhir dengan responden yang paling sedikit mengambil pembiayaan murabahah adalah SD sampai dengan SMA sebanyak 11 responden. Adapun persentase reponden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.3
Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa jumlah pendidikan terkhir D3 memiliki persentase paling tinggi yaitu 43%, selanjutnya persentase dengan tingkat pendidikan S1 yaitu sebesar 39% dan yang terakhir adalah SD sampai dengan SMA dengan persentase sebesar 18%. Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh yang paling banyak adalah pendidikan terakhir D3 sebanyak 26 responden atau sebesar 43% ini menandakan bahwa D3 paling cepat untuk berkerja sedangkan untuk S1 masih ada peluang untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya.

4.2.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden jika dilihat dari segi pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini adalah sebagai berikut:

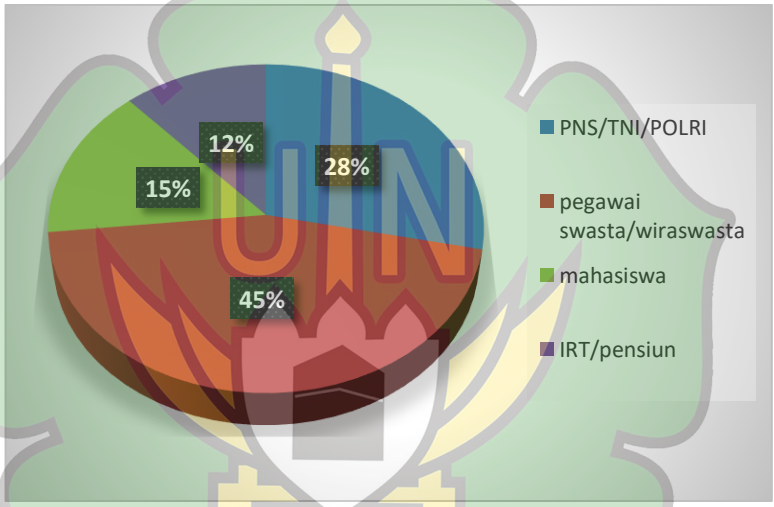
Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

No	Tingkat Pekerjaan	Jumlah
1	PNS/TNI/POLRI	17
2	Pegawai Swasta/Wiraswasta	27
3	Mahasiswa	9
4	Ibu Rumah Tangga/Pensiunan	7
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan pegawai swasta atau wiraswasta menduduki nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh paling banyak sebanyak 27 responden, kemudian responden dengan pekerjaan

PNS/TNI/POLRI sebanyak 17 responden, selanjutnya mahasiswa sebanyak 9 reponden dan yang terakhir dengan responden yang paling sedikit mengambil pembiayaan murabahah pada pekerjaan Ibu rumah tangga ataupun pensiunan sebanyak 7 responden. Adapun persentase reponden berdasarkan tingkat pekerjaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.4
Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa jumlah pekerjaan pegawai swasta/wiraswasta memiliki persentase paling tinggi yaitu 45%, selanjutnya persentase dengan tingkat pendidikan PNS/TNI/POLRI yaitu sebesar 28%, kemudian jumlah persentase pekerjaan mahasiswa sebesar 15% dan yang terakhir adalah IRT/Pensiun dengan persentase sebesar 12%. Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan murabahah pada Bank

Aceh Syariah KPO Banda Aceh yang paling banyak adalah pekerjaan pegawai swasta/wiraswasta sebanyak 27 reponden atau sebesar 45%.

4.2.2 Responden Berdasarkan Jangka Waktu

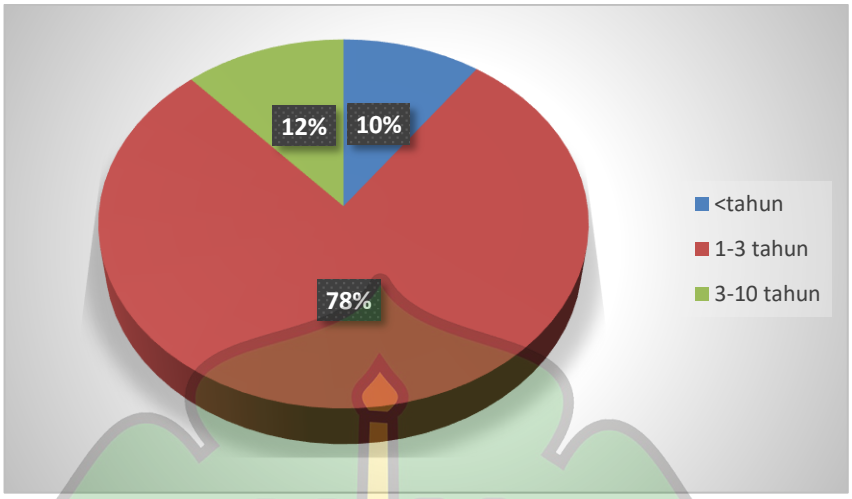
Adapun karakteristik responden jika dilihat dari segi jangka waktu menggunakan Bank Aceh dapat dilihat pada tabel dibawah ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah Bank Aceh

No	Jangka Waktu Pemakaian	Jumlah
1	<1 tahun	6
2	1-3 tahun	47
3	3-10 tahun	7
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan jangka waktu pemkaian 1-3 tahun menduduki nasabah Bank Aceh paling banyak mengambil pembiayaan murabahah sebanyak 47 responden, kemudian responden dengan jangka waktu pemakaian 3-10 tahun sebanyak 7 responden dan yang terakhir dengan responden yang paling sedikit mengambil pembiayaan murabahah pada jangka waktu <1 tahun sebanyak 6 responden. Adapun persentase reponden berdasarkan jangka waktu dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.5
Diagram Responden Berdasarkan Jangka Waktu

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa jumlah nasabah yang menggunkan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh selama 1-3 tahun memiliki persentase paling tinggi yaitu 78%, selanjutnya nasabah yang menggunakan Bank Aceh dengan jangka waktu 3-10 tahun memiliki persentase sebesar 12% dan yang terakhir adalah nasabah yang menggunakan Bank Aceh Syarih KPO Banda Aceh selama <1tahun dengan persentase sebesar 10%. Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh yang paling banyak adalah nasabah yang menggunakan Bank Aceh selama 1-3 tahun sebanyak 47 reponden atau sebesar 78%. Hal yang menjadi faktor pendukung jumlah nasabah yang paling banyak mengambil pembiayaan murabahah dikarenakan pada rentang waktu 1-3 tahun menjadi

keputusan bagi nasabah untuk melanjutkan menjadi nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh atau tidak dengan mencoba beberapa produk unggulan dari Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

4.2.3 Responden Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

Adapun karakteristik responden jika dilihat dari segi jarak yang ditempuh ke Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dapat dilihat pada tabel dibawah ini adalah sebagai berikut:

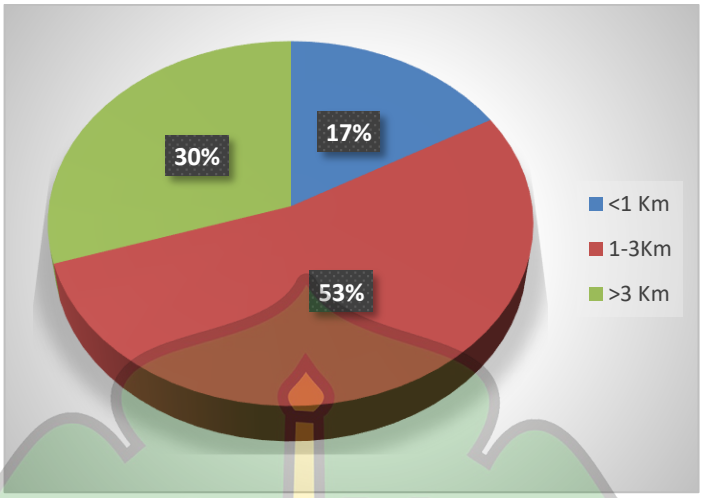
Tabel 4.6
Karakteristik Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

No	Jarak Yang Ditempuh	Jumlah
1	<1 Km	10
2	1-3 Km	32
3	>3 Km	18
	Total	60

Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan jarak yang ditempuh 1-3 Km menduduki nasabah Bank Aceh Syarih KPO Banda Aceh paling banyak mengambil pembiayaan murabahah sebanyak 32 responden, kemudian responden dengan jarak yang ditempuh >3 Km sebanyak 18 responden dan yang terakhir dengan responden yang paling sedikit mengambil pembiayaan murabahah pada jarak yang ditempuh <1 Km sebanyak 10 responden. Adapun persentase reponden berdasarkan jarak yang ditempuh dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

جامعة الرانري
AR-RANIRY



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.6
Diagram Responden Berdasarkan Jarak yang Ditempuh

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa jumlah nasabah yang jarak yang ditempuh untuk ke Bank Aceh 1-3 Km memiliki persentase paling tinggi yaitu 53%, selanjutnya nasabah yang menggunakan Bank Aceh dengan jarak yang ditempuh >3 Km memiliki persentase sebesar 30% dan yang terakhir adalah nasabah yang menggunakan Bank Aceh jarak yang ditempuh <1 Km dengan persentase sebesar 17%. Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh yang paling banyak adalah nasabah yang menggunakan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan jarak yang dtempuh 1-3 Km sebanyak 32 reponden atau sebesar 53%.

4.3 Deskriptif Variabel

Pada penelitian ini melihat statistk deskriptif untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Statistik deskriptif merujuk pada nilai rata-rata, simpangan baku (*standar deviation)*, nilai minimal dan maksimal dari semua variabel penelitian yaitu : kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) dan minat (Y), sebagaimana tertera dalam tabel berikut :

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X_1)	60	19	30	25,07	2,342
Kualitas Produk (X_2)	60	25	33	29,80	2,253
Minat (Y)	60	26	35	30,13	2,404

Sumber : diolah peneliti (2021).

Pada tabel di atas menjelaskan tentang ststistik deskriptif pada setiap variabel yang terlibat dalam penelitian ini:

1) Pada variabel kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 19, nilai maksimumnya sebesar 30, nilai rata-ratanya sebesar 25,07 dan nilai standar deviasinya 2,342. Pada variabel ini menunjukkan bahwa nilai dari rata-rata (*mean*) lebih besar dari nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki terhadap penyimpangan yang tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang Normal dan tidak menyebar bias.

2) Pada variabel selanjutnya, yaitu kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 25, nilai maksimumnya sebesar 33, nilai rata-ratnya sebesar 29,80 dan nilai standar deviasinya 2,253. Pada variabel ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang Normal dan tidak menyebar secara bias.

3) Pada variabel minat dapat diketahui bahwa nilai minimunya adalah sebesar 26, nilai maksimumnya adalah sebesar 35, nilai rata-ratanya adalah 30,13 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 2,404. Pada variabel ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang Normal dan tidak menyebar secara bias.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah kita lampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara r hitung atau person correlation dengan r tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan

membandingkan rhitung dengan rtabel berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan df = n-2 = 60-2 = 58 (n adalah jumlah data), sehingga rtabel yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,214 Dan pernyataan dalam kuisoner dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel. Adapun uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah.

4.4.1 Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 60 responden pada kualitas pelayanan (X_1) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Variabel Kualitas Pelayanan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,712	0,214	Valid
Pertanyaan 2	0,700		Valid
Pertanyaan 3	0,586		Valid
Pertanyaan 4	0,550		Valid
Pertanyaan 5	0,382		Valid
Pertanyaan 6	0,390		Valid

Sumber :diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga mendapatkan nilai pada setiap butir petanyaan di variabel X_1 yang valid.

4.4.2 Kualitas Produk (X_2)

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 60 responden pada kualitas produk (X_2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X_2

Variabel Kualitas Produk	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,525	0,214	Valid
Pertnayaan 2	0,537		Valid
Pertanyaan 3	0,550		Valid
Pertanyaan 4	0,512		Valid
Pertanyaan 5	0,454		Valid
Pertanyaan 6	0,293		Valid
Pertanyaan 7	0,454		Valid

Sumber :diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga mendapatkan nilai pada setiap butir petanyaan di variabel X_2 yang valid.

4.4.3 Minat (Y)

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 60 responden pada minat (Y) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Minat	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,505	0,214	Valid
Pertnayaan 2	0,669		Valid
Pertanyaan 3	0,579		Valid
Pertanyaan 4	0,221		Valid
Pertanyaan 5	0,522		Valid
Pertanyaan 6	0,230		Valid
Pertanyaan 7	0,533		Valid

Sumber :diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga mendapatkan nilai pada setiap butir petanyaan di variabel Y yang valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu indikator atau indek tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang terpecaya. Suatu variabel dapat dikatakan terpecaya atau reliabel apabila koefesien *cronbach's alpha* >60. Adapun uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Minimal Croncbach Alpha	Croncbach Alpha
X_1	0,60	0,717
X_2		0,678
Y		0,667

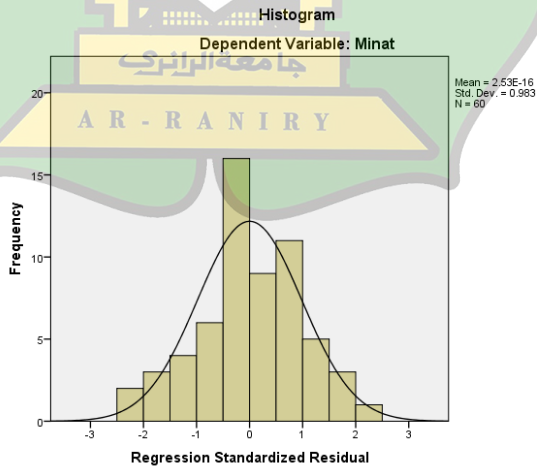
Sumber : diolah peneliti (2021).

Pada tabel di atas menunjukkan nilai *cronbach alpha* variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu sebesar 0,717, nilai variabel kualitas produk (X_2) adalah sebesar 0,678 dan nilai variabel minat yaitu sebesar 0,667. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel >0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau terpercaya.

4.6 Hasil Penelitian

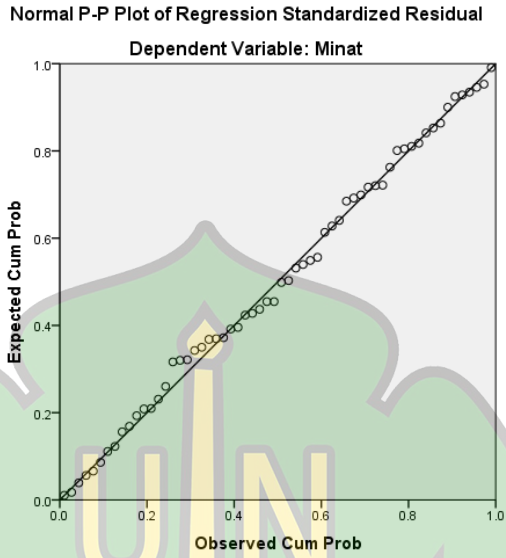
4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menentukan sampel berdistribusi Normal atau tidak pengujian Normalitas data dalam penelitian ini hanya akan bisa dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan perangkat lunak SPSS. Pengujian dengan grafik, berikut grafik hasil pengolahan SPSS dapat dilihat digambar dibawah ini :



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.7 Uji Normalitas Histogram



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.8 Uji Normalitas P-Plot

Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi Normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan dan Normal p-plot yang signifikan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya yang mengikuti arah diagonal model regresi layak dipakai untuk memprediksi faktor-faltor yang berpengaruh terhadap minat pada pembiayaan murabahah di Bank Aceh KPO Banda Aceh.

4.6.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengkaji dalam model regresi ditentukan adanya kolerasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara

variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,829	1,206
Kualitas Produk	0,829	1,206

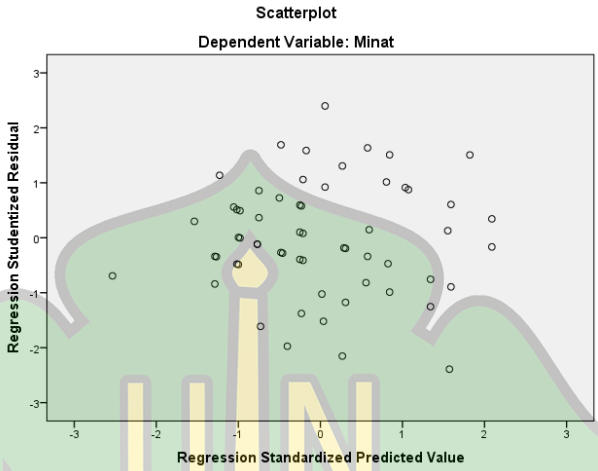
Sumber : diolah peneliti (2021).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinieritas karena nilai *tolerance* > 0,10 yaitu nilai *tolerance* dari kualitas pelayanan adalah 0,829 dan nilai *tolerance* dari kualitas produk juga 0,829. Hal ini memperlihatkan bahwa tiap-tiap nilai *tolerance* variabel > 0,10. Sedangkam nilai VIF dari tiap-tiap variabel adala < 10, yaitu nilai VIF dari kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama mempunyai nilai 1,206. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari tiap-tiap variabel <10. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadinya multikolinieritas.

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya atau gambaran hubungna antara nilai yang di prediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbatas dari heteroskedasitas hal ini dapat dilihat pada scatterplot yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titil

mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber : diolah peneliti (2021).

Gambar 4.9

Uji Heteroskedasitas

Terlihat pada grafik *scattrerplot* di atas titik menyebar secara acak dibawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunkan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi linear berganda.

4.8 Teknik Analisi Data

4.8.1 Uji Model (Regresi Linear Berganda)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualtas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh

Syariah KPO Banda Aceh dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.647	3.883		3.772	.000
	Kualitas_Pelayanan	.270	.126	.275	2.141	.037
	Kualitas_Produk	.291	.131	.285	2.219	.030

Sumber : diolah peneliti (2021).

Dari tabel 4.16 dapat diambil kesimpulan bahwa :

$Y = 14{,}647 + 0{,}270\ X_1 + 0{,}291\ X_2 + e$

- Nilai konstanta pada uji ini yaitu sebesar 14.647 yang artinya apabila variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki nilai 0 maka minat dalam mengambil pembiayaan murabahah memiliki nilai sebesar 14.647
- Pada variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat dalam mengambil pembiayaan murabahah (Y) yaitu dilihat dari nilai koefesien sebesar 0,270. Hal ini berarti

apabila nilai X_1 meningkat 1 satuan maka nilai variabel Y juga akan naik sebesar 0,270 atau 27%

- Pada variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu dilihat dari nilai koefessien sebesar 0,291. Hal ini berarti apabila nilai X_2 naik 1 satuan maka nilai koefesien variabel (Y) juga akan naik sebesar 0,291 atau 29,1%.

4.8.2 Uji Model Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari varibel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). nilai R koefesien determinasi berkisar antara Nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefesien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinasi R^2

R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.670	.401	.394	2.063

Sumber : diolah peneliti (2021).

Dari tabel di atas nilai koefesien determinasi (R^2) sebesar 0,401. Hal ini menunjukan bahwa 40,1% variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel minat penggunaan murabahah di Bank Aceh Syarih KPO Banda Aceh, sedangkan sisanya 59,9% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti, meliputi citra, tingkat keuntungan, periklanan kepuasan, loyalitas, keputusan dan lain sebagainya.

4.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotestis dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial dari tiap-tiap variabel bebas. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah individual variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Untuk uji parsial digunakan dengan uji t dengan ketentuan apabila t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka keputusan yang diambil adalah H_0 yang ditolak dan H_1 diterima begitu juga sebaliknya, apabila t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} maka keputusan yang diambil adalah H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Sedangkan uji simultan digunakan uji F dengan ketentuan F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima begitu juga sebaliknya, apabila F_{hitung} lebih kecil dari pada F_{tabel} keputusan yang diambil adalah H_0 diterima dan H_1 ditolak.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.7.2 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji t (uji parsial) melalui analisis regresi, diperoleh hasil variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap variabel minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y). Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikan 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan df

= n-k-1 = 60-3-1 = 56 (n adalah jumlah data dan k adalah variabel independen), sehingga t_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,660. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.647	3.883		3.772	.000
	Kualitas_Pelayanan	.270	.126	.275	2.141	.037
	Kualitas_Produk	.291	.131	.285	2.219	.030

Sumber: diolah peneliti (2021).

a. Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa dari uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,141 dengan nilai probabilitas 0,037. Nilai probabilitas 0,037 < 0,050 dengan menggunakan signifikan (α) 0,050, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,672. Dengan demikian t_{hitung} (2,141) > t_{tabel} (1,672). Sehingga adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan tehadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh.
b. Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,219 dengan probabilitas 0,030 < 0,050

dengan menggunakan signifikan (α) 0,050, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,672. Dengan demikian t_{hitung} (2,219) > t_{tabel} (1,672). Dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas produk terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh di kota Banda Aceh.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh kota Banda Aceh.

4.7.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama berpengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di bank Aceh, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik.

Metode Fisher (uji F) pada tingkat kepercayaan 0,05. Kriteria pengujian adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang dapat diketahui dengan menghitung df1 (jumlah variabel – 1) = 2-1 = 1, dan df2 (n-k-1) = 60-3-1 = 54 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen), sehingga Fhitung>Ftabel maka H0 ditolak, dan apabila Fhitung<Ftabel H0 diterima. Secara ANNOVA[a] dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini

Tabel 4.14

Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.033	2	34.517	8.107	.001[b]
	Residual	242.300	57	4.258		
	Total	311.733	59			

Sumber : diolah peneliti (2021).

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,107 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 (0,001<0,05) sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% (α = 0,05) adalah sebesar 4,01. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ (8,107 > 4,01). Dari hasil tesebut bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memilik pengaruh positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh di Kota Banda Aceh, atau dengan kata lain hipotesis (H_1) diterima.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,141 > 1,672 dan nilai signifikan yaitu 0,030 < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan ini berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pada penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden pada Bank Aceh Kantor Pusat Operasional di Banda Aceh ini memiliki mayoritas nasabah yang setuju apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dapat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di bank tersebut.

Hal ini juga terbukti dari hasil kuesioner yang peneliti sebarkan, mayoritas memilih sangat setuju, yaitu: pegawai Bank Aceh Syariah selalu bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan, Layanan yang diberikan sangat memuaskan seperti yang diharapkan, Pegawai Bank Aceh Syariah KPO menyelesaikan pelayanan tepat waktu, Para pegawai Bank Aceh Syariah KPO selalu minta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya. Hasil ini menunjukan bahwa kualitas

pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh, Sehingga mampu meningkatkan daya tarik tersendiri bagi pihak nasabah.

Kemudian pada variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat dalam mengambil pembiayaan murabahah (Y) yaitu dilihat dari nilai koefesien sebesar 0,270. Hal ini berarti apabila nilai X_1 meningkat 1 satuan maka nilai variabel Y juga akan naik sebesar 0,270 atau 27%. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah. Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam memperngaruhi minat nasabah, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh KPO maka semakin meningkat juga minat nasabah. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan minat nasabah, dikarenakan kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan ideal. Akan tetapi apabila kualitas pelayanan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memberikan pengaruh positif

terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,075>1,96 dan nilai signifikan yaitu 0,038<0,05, kemudian yang dilakukan oleh Rohman (2018) dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 5,040>1,714 dan nilai signifikan yaitu 0,000<0,005, selanjutnya dilakukan oleh Erdyansyah (2014) dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau memiliki nilai ^{t}hitung 6,229 > ^{t}tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000>0,005, setelah itu dilakukan oleh Sumantri (2014) dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,194>0,185 dan nilai signifikan yaitu 0,028<0,005, dan seterusnya dilakukan oleh Sufiati (2019) dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,576>2,002 dengan nilai signifikan 0,013 < 0,05. Dengan demikian peneliti melihat yang lebih dominan adalah penelitian yang dilakukan oleh Erdyansyah (2014) dengan hasil statistik menunjukan nilai ^{t}hitung 6,229 > ^{t}tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000>0,005 Akan tetapi hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Lutfitasari (2018).

4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini

dibuktikan dengan hasil analisis statistik menunjukan nilai t_{hitung} > t_{tabel} atau 2,219 > 1,672 dan nilai signifikan yaitu 0,037 < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk ini berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pada penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden pada Bank Aceh Kantor Pusat Operasional di Banda Aceh ini memiliki mayoritas nasabah yang setuju apabila kualitas produk yang diberikan oleh bank dapat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di bank tersebut,

Hal ini terbukti dari hasil kuesioner yang peneliti sebarkan, mayoritas memilih sangat setuju, yaitu: produk yang ditawarkan adanya keterbukaan informasi yang jelas bagi nasabah, Margin yang ditawarkan sudah sesuai dengan kemampuan nasabah, Produk pembiayaan murabahah memberikan rasa manfaat bagi nasabah, Produk yang ditawarkan lebih menarik, Produk murabahah yang ditawarkan sangat berkualitas. Hasil ini menunjukan bahwa kualitas produk yang diberikan sangat berpengaruh, Sehingga mampu meningkatkan daya tarik tersendiri bagi pihak nasabah.

Kemudian pada variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu dilihat dari nilai koefessien sebesar 0,291. Hal ini berarti apabila nilai X_2 naik 1 satuan maka nilai koefesien variabel (Y) juga akan naik sebesar 0,291 atau 29,1%. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara

positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah atau secara statistika hasil analisis menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,219 > 1,672. Sehingga kualitas produk mendapatkan perhatian utama dari sebuah perusahaan, mengingat kualitas produk sangat berkaitan erat dengan minat atau keputusan konsumen yang merupkan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah. Dengan demikian apabila Bank Aceh KPO melakukan peningkatan terhadap kualitas produk maka akan meningkatkan minat nasabah, maka demikian konsumen akan mendapatkan apa yang diharapkan dari produk tersebut. Hal ini berarti konsumen akan memilih produk dengan kualitas yang terbaik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019), Edyansyah (2014), Sufiati (2019), dan Sumantri (2014). Akan tetapi hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianto (2019).

Antara kualitas pelayanan dengan kualitas produk yang dominan mempengaruhi adalah kualitas produk hal ini disebabkan nilai t kualitas produk lebih besar dari pada nilai t pada kualitas pelayanan (2,219>2,141). Secara hipotesis pengaruh produk lebih

diperhatikan oleh perusahaan daripada kualitas pelayanan, perusahaan akan memperhatikan secara lebih kualitas produk hal ini dikarenakan dengan bagusnya kualitas produk maka minat konsumen dalam mengambil pembiayaan akan menjadi lebih. Akan tetapi perusahaan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan hal ini dilakukan untuk menambah loyalitas serta minat dari konsumen Bank Aceh.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara simultan Berpengaruh Terhadap Minat Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat memiliki pengaruh yang positif dibuktikan dengan hasil uji (F) yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 8,107 > 4,01 dan nilai positifnya yaitu 0,001 < 0,05. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah secara bersama-sama. Jika dilihat berdasarkan nilai R *Square* (R^2) pada penelitian ini menunjukan hasil 0,401. Hal ini bermakna bahwa minat dalam mengambil pembiayaan murabahah sebesar 40,1%.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,107 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 (0,001<0,05) sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% (α = 0,05) adalah sebesar 4,01. Hal ini berarti $F_{hitung}>F_{tabel}$ (8,107 > 4,01). Dari hasil tesebut bisa disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap minat

dalam mengambil pembiayaan murabahah di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

Kualitas merupakan salah satu bagian terpenting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan menjadi pilihan nasabah. Sehingga perusahaan diharuskan untuk menjaga baik produk dari kualitas maupun produk dari pelayanan. Minat dalam mengambil pembiayaan murabahah akan berdampak positif apabila perusahaan menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanannya, selain itu citra atau reputasi akan positif di mata masyarakat pada umumnya dan pada konsumen khususnya.

Dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap minat dalam mengambil pembiayaan murabahah. Dengan demikian kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mengalami kenaikan maka minat nasabah juga akan mengalami kenaikan. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019), Erdyansyah (2014) dan Sumantri (2014).

UIN
جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh, dengan jumlah 60 responden maka hasil yang telah didapatkan berdasarkan olahan data dengan bantuan metode statistik *SPSS* versi 23 adalah sebagai berikut :

1) Variabel kualitas pelayanan (X_1), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dinyatakan variabel ini secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.
2) Variabel kualitas produk (X_2), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dinyatakan variabel ini secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada PT.Bank Aceh Syariah Pusat Operasional Banda Aceh.
3) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan untuk variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan dinyatakan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Untuk hasil uji koefesien determinasi dalam penelitian ini yaitu 40,1% yang bermakna bahwa besarnya pengaruh

variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan sisanya 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Bank Aceh Pusat Operasional Banda Aceh terus meningkatkan pelayanan yang berkualitas agar minat nasabah dalam menggunakan produk murabahah juga meningkat, demikian juga dengan kualitas produk, diharapkan kepada Bank Aceh Pusat Operasional Banda Aceh terus meningkatkan produk yang berkualitas agar minat nasabah dalam menggunakan produk murabahah juga meningkat.

2. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk menambah atau menggunakan variabel lain, seperti citra/merek, tingkat keuntungan, periklanan, dan faktor-faktor lainnya dengan cakupan yang lebih luas dan tentunya dapat memberikan kritik serta saran yang membangun terhadap objek yang diteliti agar mendapatkan hasil yang terperinci dan lebih mendalam.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2011). *Departemen Agama Republik Indonesia*. Bandung: Diponegoro

Ali Hasan. (2002). *Marketing Bank Syariah*, Cet 1, Bogor Ghalia Indonesia.

Buchari Alma. (2006). Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum, Edisi Revisi, Alfabeta Bandung .

Amstrong, K. P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Andespa, Roni. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal* Al Masraf: Lembaga Keuangan dan Perbankan. 1. (44).

Antonio, Muhammad Syafii. (2010). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Arifin, dan Rivai. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.

Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta*: Raja Grafindo Persada.

Basu Swasta dan Hani Handoko. (2011). *Manajemen.* BPFE Yogyakarta.

Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, EkoNomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Social lainnya*. Jakarta : Kencana.

Daulay, Nurjannah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur

Medan). *Skripsi:* Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dimyauddin, Djuwaini. (2008). *Pengantar Fiqih Muamalah.* Yogyakarta: Celebsn Timut UH III.

Doni, Marlius. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Muaralabuh. *Jurnal* Jurmak, 1,(15).

Elizabeth B, Hurlock. (2004). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Renika Cipta.

Erlina. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: USU Pres.

Fandy, TjiptoNo dan Chandra. (2005). *Gregorius, Service, Citra Wisata dan Satisfaction.* Yogyakarta: Andi.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, No: 04/DSN-MUI/IV/2000, Tentang Murabahah.

Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi: Aplikasi SPSS dan Eview untuk Teknik Analisis Data*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, Yuli. (2015). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap, Pengelolaan Keuangan Partai Politik (Studi pada 9 Partai di kota bandung). *Skripsi:* Universitas Pasundan.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. (2010). *Syariah Marketing*, PT.Mizan Pustaka, Bandung.

Irawan, Hadi. (2015). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: Elex Media Komputpindo,

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Karim, A. A.. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasiram, Mohammad. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.

Kasmir. (2013). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank,* Kencana Prenada Media, Jakarta.

Khalidin, Bismi. (2016). The Impact of InterestvRate towards the Performance of Islamic Banks in Indonesia (Analysis of the Islamic Bank's Operation under Islamic EcoNomic Perspectives). PhD *Thesis:* Syiah Kuala University, Indonesia.

Kotler Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran di Indonesia:Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat.

Kuncoro, Mudrajad dan SuhardjoNo. (2012). *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.

Julius R Latumaerissa. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Jakarta: Salempa Empat.

Muhammad. (2003). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah.* Yogyakarta: UII Press.

Nadia, Sarah. (2020). Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia. Kajian Terhadap Perbankan Syariah di Banda Aceh. *Skripsi:* Banda Aceh. Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry.

Payne, Adrian. (2010). *Kebijakan Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Poerwadarmanta, W.J.S. (2010). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta; Balai Pustaka. .

Rivai, Veithzal. (2008). *Islamic Financial Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rivai, Veitzhal. (2012). *Islamic Business and EcoNomic Ethics*. Jakarta : Bumi Aksara.

Rusyd, Ibnu, Bidayatul Mujtahid.(2007). *Analisa Fiqh Para Mujtahid), penerjemah Imam Ghazali Said dan Ahmad Zaidun*, Jakarta: Pustaka Amani.

Sari, Kartika, Rini. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo. *Skripsi:……..*

Sayed, Abdullah, (2004). *Menyoal Bank Syariah: Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis,* terj. Arif Maftuhin Jakarta: Paramadina.

Shaleh, Abdul Rahman. (2009). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam.* Jakarta: Kencana

Sholihin, Muhammad. (2010). *Marketing Muhammad SAW*. Yogyakarta: Camerlang Publising.

Sufiati, Mila, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tinkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh). *Skripsi:* FEBI UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.

SugiyoNo. (2007). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

SugiyoNo. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

SugiyoNo. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV

Teguh, Muhammad. (2005). *Metode Penelitian EkoNomi, Teori dan Aplikasi.* Jakarta: Raja Grafindo.

TjiptoNo, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.

TjiptoNo, Fandy. (2009). *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang No.7 tahun 1992 Tentang *Perbankan*

WibosoNo, Dermawan. (2006). Menajemen Kinerja: Konsep, Desain, dan Teknik Meingkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta: Erlangga.

Widodo, Sugeng, (2014) Moda Pembiayaan Lembaga Keuangan Islam, Yogyakarta: Kaukaba

Wiroso, (2005). Jual-beli Murabahah, Yogyakarta: UII Press.

_____(2008). Jual Beli Murabahah. Yogyakarta: UII Press.

Yazid, Muhammad. (2014). Hukum EkoNomi Islam (Fiqh Muamalah). Surabaya: UINSA Press.

AR-RANIRY

Lampiran 1

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 820/Un.08/FEBI.I/TL.00/03/2021Lamp : -
Hal : ***Penelitian Ilmiah Mahasiswa***
Kepada Yth,
Bagian Umum Bank Mandiri Cabang Banda Aceh
Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM	: **FAJRI RAMADHAN / 170603227**
Semester/Jurusan	: VII / Perbankan Syariah
Alamat sekarang	: Gampong Lamgapang, Kec, Ule kareng Kota Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas EkoNomi dan Bisnis Islam bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi Pada PT.Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional Banda Aceh)***
Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 09 Maret 2021
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH

(Studi kasus pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)

Assalamualaikum wr. Wb

Kepada Yth,

Nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh

Di-

Banda Aceh

Dengan Hormat,

Saya yang bernama Fajri Ramadhan Mahasiswa perbankan syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry dengan Nim 170603227 sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi "pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah". Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu Sdr/i lakukan berkaitan dengan apa yang Bpk/Ibu Sdr/i rasakan terhadap produk dan pelayanan Bank Aceh Syariah. Data dan identitas responden akan dirahasiakan.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan Minat nasabah. Atas kerjasama dan partisipasinya yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Banda Aceh, 25 Juli 2021

Fajri Ramadhan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian Pertama:

Petunju : pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda check (√)

Nama :

1. Jenis kelamin

   ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

2. Usia responden

   ☐ 20-30 tahun ☐ 31-45 tahun

   ☐ 46-60 tahun ☐ > 60 tahun

3. Tingkat pendidikan

   ☐ SD s/d SMA ☐ D3

   ☐ S1 ☐ Pasca (S2 /S3)

4. Pekerjaan

   ☐ PNS / TNI / POLRI ☐ Pegawaiswasta/ wiraswasta

   ☐ Mahasiswa ☐ Ibu rumah tangga / pensiun

5. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Operasional Banda Aceh

   ☐ dibawah 1 tahun ☐ 1-3 tahun

   ☐ 3-10 tahun ☐ lebih dari 10 tahun

6. Berapa jarak yang anda tempuh dari rumah anda ke Bank BNI Syariah

   ☐ < 1Km ☐ 1-3 Km ☐ > 3 Km

Bagian Kedua:

Petunjuk:

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda check (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini :

Mulai dari skala 1 sampai dengan 5 semakin besar angka yang anda pilih semakin puas, dan sebaliknya.

STS	: Sangat Tidak Setuju	Nilainya 1
TS	: Tidak Setuju	Nilainya 2
KS	: Kurang Setuju	Nilainya 3
S	: Satuju	Nilainya 4
SS	: Sangat Setuju	Nilainya 5

A. Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Fasilitas bank aceh syariah KPO bersih, nyaman, aman, dan tenang.					
2	Pegawai Bank Aceh Syariah KPO memberikan pelayanan dengan baik, sabar dan sopan					
3	Layanan yang diberikan sangat memuaskan seperti yang diharapkan.					
4	Pegawai bank aceh syariah selalu bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan					
5	Pegawai Bank Aceh Syariah KPO menyelesaikan pelayanan tepat waktu					
6	Para pegawai Bank Aceh Syariah KPO selalu minta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya					

B. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Sesuai dengan kebutuhan dan tujuan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah					
2	Produk yang ditawarkan mempunya inovasi-inovasi yang baru					
3	Produk murabahah yang ditawarkan sangat berkualitas					
4	Produk yang ditawarkan lebih menarik					
5	Produk pembiayaan murabahah memberikan rasa manfaat bagi nasabah					
6	Margin yang ditawarkan sudah sesuai dengan kemampuan nasabah					
7	Produk yang ditawarkan Adanya keterbukaan informasi yang jelas bagi nasabah					

C. Minat Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berminat menggunakan produk Murabahah di Bank Aceh Syariah KPO karena keinginan diri sendiri.					
2	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Syariah KPO karena saran dari keluarga dan teman dekat					
3	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Syariah KPO karena selama					

	bertransaksi sangat memuaskan					
4	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Syariah KPO karena untuk memperoleh status ekoNomi yang lebih membaik					
5	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh syariah KPO karena saya ingin menambah ilmu pengetahuan saya tentang produk tersebut					
6	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Syariah KPO karena untuk meningkatkan usaha agar memperoleh situasional yang stabil					
7	Saya berminat menggunakan produk murabahah di Bank Aceh Syariah KPO untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari agar mencapai keadaan yang lebih baik					

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3. Lampiran

TABULASI DATA JAWABAN PERTANYAAN 60 RESPONDEN

1. Variabel Kualitas Pelayanan(X_1)

No	Kualitas Pelayanan (X_1)						
	KPN1	KPN2	KPN3	KPN4	KPN5	KPN6	Kualitas Pelayanan
1	3	4	5	4	3	5	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	4	5	4	5	28
6	4	4	4	5	4	4	25
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	4	4	28
9	3	4	3	4	5	4	23
10	4	3	3	3	3	4	20
11	4	4	4	5	5	5	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	4	4	5	5	24
14	4	4	5	4	4	4	25
15	4	4	4	5	5	5	27
16	4	3	5	5	5	5	27
17	4	4	4	5	4	5	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	3	3	4	4	5	22
22	4	4	4	4	5	4	25
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	3	5	5	5	24
25	5	4	5	4	5	4	27
26	3	3	3	4	5	4	22
27	3	3	4	5	4	5	24
28	4	4	5	4	4	5	26
29	3	4	3	5	5	5	25

30	4	4	5	5	4	5	27
31	4	3	5	4	5	3	24
32	4	4	5	3	4	5	25
33	4	4	5	3	4	5	25
34	5	4	4	5	5	3	26
35	4	4	3	5	4	5	25
36	3	4	4	3	5	4	23
37	3	4	5	4	4	4	24
38	4	3	3	4	5	4	23
39	4	5	3	4	3	4	23
40	2	3	4	3	4	3	19
41	5	4	5	3	4	5	26
42	3	4	5	3	5	4	24
43	4	4	5	4	4	5	26
44	4	3	3	4	3	5	22
45	4	4	3	5	4	5	25
46	4	4	4	5	4	3	24
47	3	3	4	5	3	5	23
48	3	4	4	5	5	4	25
49	4	3	5	4	5	3	24
50	4	4	5	4	5	4	26
51	5	5	5	5	4	3	27
52	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	5	4	5	26
54	5	5	5	5	4	5	29
55	4	4	4	5	3	3	23
56	3	4	4	4	5	5	25
57	4	3	4	4	4	5	24
58	4	3	4	5	4	5	25
59	4	3	5	4	5	5	26
60	4	3	4	5	4	5	25

AR-RANIRY

2. Variabel Kualitas Produk (X_2)

No	Kualitas Produk (X_2)							
	KPK1	KPK2	KPK3	KPK4	KPK5	KPK6	KPK7	Kualitas Produk
1	4	5	3	5	4	4	4	29
2	5	4	4	5	4	5	4	31
3	5	5	4	5	5	5	4	33
4	3	3	4	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	4	5	33
6	4	4	5	5	5	5	5	33
7	4	3	5	5	5	5	5	32
8	4	5	4	5	5	5	5	33
9	3	3	4	5	5	5	5	30
10	5	4	5	5	5	4	5	33
11	4	4	5	4	3	4	5	29
12	4	4	4	4	5	5	5	31
13	5	3	5	3	5	4	5	30
14	3	3	5	5	5	5	5	31
15	5	5	5	5	3	5	5	33
16	4	4	5	5	4	5	5	32
17	4	4	5	5	5	5	4	32
18	4	4	5	4	5	4	5	31
19	4	4	4	3	4	4	3	26
20	4	5	4	5	5	5	5	33
21	5	5	5	4	4	3	3	29
22	4	4	5	5	5	5	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	4	4	4	4	5	4	29
25	4	4	5	4	5	4	5	31
26	4	4	4	5	5	5	5	32
27	5	5	5	5	5	4	4	33
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	3	4	5	4	5	4	29
30	4	4	5	4	3	4	5	29
31	4	5	4	4	4	5	4	30
32	4	3	4	5	5	4	5	30
33	4	5	5	4	4	5	4	31

جامعة الرانري
AR-RANIRY

34	3	3	4	5	5	5	5	30
35	4	3	3	5	5	4	4	28
36	3	4	4	3	4	5	4	27
37	3	3	4	4	5	4	3	26
38	5	4	3	4	4	5	4	29
39	4	4	3	5	3	4	5	28
40	4	3	3	5	4	3	4	26
41	3	5	5	5	4	5	4	31
42	5	4	3	4	5	4	5	30
43	4	4	5	4	3	4	5	29
44	3	3	4	5	5	5	4	29
45	4	3	4	4	3	5	4	27
46	4	3	4	5	4	5	3	28
47	4	4	3	5	4	3	5	28
48	4	4	4	5	3	4	5	29
49	3	4	5	3	4	5	3	27
50	4	4	4	4	3	4	5	28
51	5	5	5	5	5	4	4	33
52	4	4	4	3	4	4	4	27
53	3	3	3	4	4	4	4	25
54	5	5	4	4	5	4	5	32
55	3	3	3	4	4	5	4	26
56	5	4	5	5	5	4	5	33
57	3	3	4	4	4	4	5	27
58	5	5	4	5	3	5	5	32
59	3	3	4	4	4	5	5	28
60	3	3	4	4	4	4	5	27

3. Variabel Minat Nasabah (Y)

No	**Minat (Y)**							
	MN1	**MN2**	**MN3**	**MN4**	**MN5**	**MN6**	**MN7**	**Minat Nasabah**
1	4	4	4	4	5	4	4	29
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	5	5	5	5	5	4	33
4	5	5	5	4	5	4	5	33
5	4	5	5	4	5	5	5	33

6	5	5	5	5	5	5	4	34
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	3	4	4	4	5	5	5	30
9	5	4	4	4	4	4	4	29
10	3	4	3	4	5	4	3	26
11	5	5	5	5	4	5	4	33
12	5	4	5	4	5	4	5	32
13	4	4	5	4	5	5	5	32
14	5	5	4	4	4	4	4	30
15	5	3	4	4	4	4	5	29
16	5	5	4	5	5	4	5	33
17	4	4	4	5	4	5	4	30
18	5	5	4	5	4	5	4	32
19	3	4	4	3	5	4	5	28
20	4	4	4	5	5	5	5	32
21	4	3	5	4	5	4	5	30
22	5	5	5	5	5	4	5	34
23	4	3	5	5	4	5	4	30
24	4	5	5	4	5	5	5	33
25	5	5	5	4	5	4	5	33
26	3	5	5	5	5	5	5	33
27	5	5	4	5	4	5	3	31
28	3	4	4	5	5	5	5	31
29	4	4	4	5	5	4	5	31
30	3	4	3	5	3	4	4	26
31	4	4	5	3	4	5	5	30
32	3	3	4	5	3	5	4	27
33	4	4	5	3	4	5	3	28
34	3	4	5	4	5	4	5	30
35	4	5	5	3	4	5	5	31
36	5	4	4	3	4	5	3	28
37	4	4	4	3	5	3	4	27
38	3	3	4	5	3	4	4	26
39	3	4	4	4	3	5	5	28
40	3	3	4	5	3	5	3	26
41	5	4	3	5	4	5	3	29
42	4	5	4	5	4	3	4	29
43	3	3	4	5	4	5	4	28
44	5	5	4	4	3	4	4	29

45	4	4	4	5	5	4	3	29
46	3	4	5	5	5	4	5	31
47	5	4	3	4	3	5	5	29
48	3	4	4	4	5	4	3	27
49	3	4	5	3	4	5	4	28
50	3	4	5	4	4	5	4	29
51	5	5	4	3	4	4	5	30
52	4	4	5	5	3	3	5	29
53	4	4	4	5	4	5	4	30
54	3	3	4	5	4	5	3	27
55	5	4	4	4	4	4	4	29
56	4	4	4	5	4	3	5	29
57	5	5	5	4	4	3	4	30
58	5	5	4	3	4	4	5	30
59	5	4	5	4	3	5	4	30
60	5	5	4	4	3	5	5	31

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 4

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	30
2	Perempuan	30
	Total	60

2. Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	**20-30 tahun**	20
2	31-45 tahun	40
	Total	60

3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SD s/d SMA	11
2	D3	26
3	S1	23
	Total	60

4. Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

No	Tingkat Pekerjaan	Jumlah
1	PNS/TNI/POLRI	17
2	Pegawai Swasta/Wiraswasta	27
3	Mahasiswa	9
4	Ibu Rumah Tangga/Pensiunan	7
	Total	60

5. Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian

No	Jangka Waktu Pemakaian	Jumlah
1	<1 tahun	6
2	1-3 tahun	47
3	3-10 tahun	7
	Total	60

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Variabel X_1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Kualitas_ Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.575**	.399**	.312*	.023	.042	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.016	.863	.751	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59
X1.2	Pearson Correlation	.575**	1	.361**	.306*	.037	.061	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.019	.780	.646	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59
X1.3	Pearson Correlation	.399**	.361**	1	-.048	.170	.009	.586**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005		.721	.197	.946	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59
X1.4	Pearson Correlation	.312*	.306*	-.048	1	.098	.186	.550**
	Sig. (2-tailed)	.016	.019	.721		.459	.158	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59
X1.5	Pearson Correlation	.023	.037	.170	.098	1	-.014	.382**
	Sig. (2-tailed)	.863	.780	.197	.459		.916	.003
	N	59	59	59	59	59	59	59
X1.6	Pearson Correlation	.042	.061	.009	.186	-.014	1	.390**
	Sig. (2-tailed)	.751	.646	.946	.158	.916		.002
	N	59	59	59	59	59	59	59
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	.712**	.700**	.586**	.550**	.382**	.390**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.002	
	N	59	59	59	59	59	59	59

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel X_2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.2	X2.3	Kualitas_Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.549**	.173	.099	.024	-.274*	.099	.525**
	Sig. (2-tailed)		.000	.189	.454	.856	.036	.454	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.2	Pearson Correlation	.549**	1	.264*	.027	-.089	-.046	-.009	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000		.044	.837	.501	.731	.949	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.3	Pearson Correlation	.173	.264*	1	-.028	.138	.127	.124	.550**
	Sig. (2-tailed)	.189	.044		.835	.298	.339	.348	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.4	Pearson Correlation	.099	.027	-.028	1	.222	.182	.267*	.512**
	Sig. (2-tailed)	.454	.837	.835		.091	.167	.041	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.5	Pearson Correlation	.024	-.089	.138	.222	1	.110	.076	.454**
	Sig. (2-tailed)	.856	.501	.298	.091		.407	.569	.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.2	Pearson Correlation	-.274*	-.046	.127	.182	.110	1	.005	.293*
	Sig. (2-tailed)	.036	.731	.339	.167	.407		.973	.024
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
X2.3	Pearson Correlation	.099	-.009	.124	.267*	.076	.005	1	.454**
	Sig. (2-tailed)	.454	.949	.348	.041	.569	.973		.000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	.525**	.537**	.550**	.512**	.454**	.293*	.454**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.024	.000	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59

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

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

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Minat
Y1	Pearson Correlation	1	.530**	.086	-.091	-.024	-.100	.103	.505**
	Sig. (2-tailed)		.000	.511	.488	.854	.449	.432	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.530**	1	.254	-.085	.249	-.050	.253	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000		.051	.521	.055	.702	.051	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.086	.254	1	-.102	.320*	.110	.346**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.511	.051		.437	.013	.403	.007	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	-.091	-.085	-.102	1	-.002	.088	-.107	.221
	Sig. (2-tailed)	.488	.521	.437		.987	.502	.416	.090
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	-.024	.249	.320*	-.002	1	-.078	.243	.522**
	Sig. (2-tailed)	.854	.055	.013	.987		.552	.061	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	-.100	-.050	.110	.088	-.078	1	-.108	.230
	Sig. (2-tailed)	.449	.702	.403	.502	.552		.414	.078
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Y7	Pearson Correlation	.103	.253	.346**	-.107	.243	-.108	1	.533**
	Sig. (2-tailed)	.432	.051	.007	.416	.061	.414		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Minat	Pearson Correlation	.505**	.669**	.579**	.221	.522**	.230	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.090	.000	.078	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

6. Lampiran

Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	7

Kualitas Produk (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	8

Minat (Y)

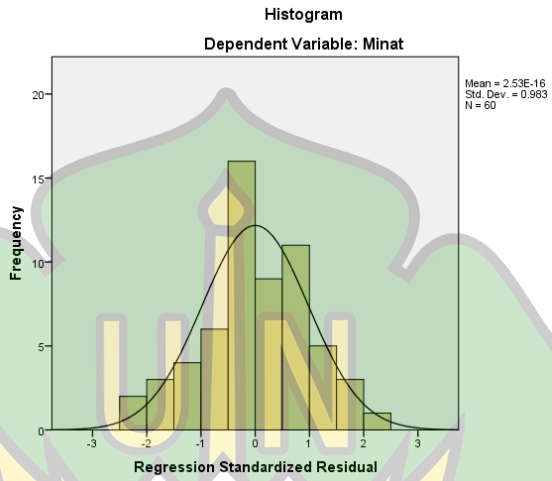
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	8

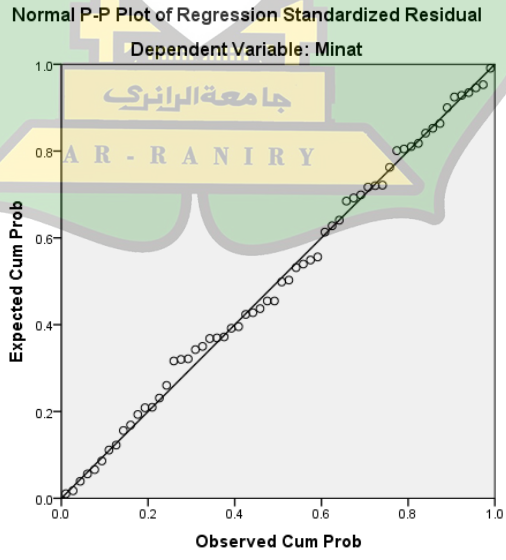
جامعة الرانري
AR-RANIRY

7. Lampiran

Hasil Uji Normalitas
Uji Normalitas Histogram



Uji Normalitas P-Plot



جامعة الرانري
AR-RANIRY

8. Lampiran

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Pelayanan	.829	1.206
	Kualitas_Produk	.829	1.206

9. Lampiran

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670[a]	.401	.394	2.063

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

جامعة الرانري
AR-RANIRY

10. Lampiran

Hasil Uji Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.647	3.883		3.772	.000
	Kualitas_Pelayanan	.270	.126	.275	2.141	.037
	Kualitas_Produk	.291	.131	.285	2.219	.030

11. Lampiran

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.033	2	34.517	8.107	.001[b]
	Residual	242.300	57	4.258		
	Total	311.733	59			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan