

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH TERHADAP PRODUK
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BANK ACEH
SYARIAH CABANG PEMBANTU DARUSSALAM**



Disusun Oleh:

JONI SISWANDI
NIM. 150603204

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Joni Siswandi

NIM : 150603204

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
- 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya



Banda Aceh, 2 Oktober 2019

Yang menyatakan,

Joni Siswandi
Joni Siswandi

PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU DARUSSALAM BANDA ACEH

Disusun Oleh:

Joni Siswandi
NIM. 150603204

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi
dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam
penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



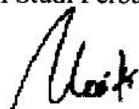
Dr. Hafas Furqani, M. Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,



T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., AK., M.Acc
NIDN. 2022118501

Mengetahui Ketua
Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, M.ag
NIP. 19771105200604200

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Joni Siswandi
NIM. 150603204

Dengan Judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU DARUSSALAM BANDA ACEH

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu
Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1
dalam bidang Perbankan Syariah

Pada hari / Tanggal: Kamis, 7 November 2019
27 Syawal 1440 H

Banda Aceh

Tim penilai hasil sidang Skripsi



Dr. Hafas Furgani, M. Ec
NIP. 198006252009011009



T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., AK., M.Acc
NIDN. 2022118501

Penguji I



Dr. Muhammad Zulhilmi, MA
NIP. 197204282005011003

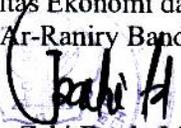
Penguji II



Akmal Rizki, SE., M. Si
NIDN. 2002028402

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

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Joni siswandi
NIM : 150603204
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : joniswandi59@gmail.com

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:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam

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.

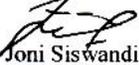
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

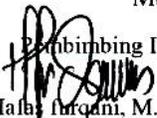
Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : Rabu 2 oktober 2019

Mengetahui,

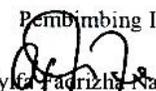
Penulis


Joni Siswandi
NIM. 150603204

Pembimbing I


Dr. Halaqur Raziq, M. Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II


T. Syifa Padrizha Nanda, SE., AK., M. Acc
NIDN. 2022118501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Visi Tanpa Eksekusi Hanyalah Halusinasi”

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini penulis

Persembahkan untuk:

*Ayah dan Ibuku yang aku sayangi yang telah bekerja keras demi masa depanku serta tiada henti mendoakan dan membuat aku semangat dalam melakukan semua hal.

yang tak terhingga,

*Adikku yang aku sayangi

Atas segala peluh cinta dan doanya tanpa henti.

*Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi, bimbingan dan selalu mendoakanku.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Shalawat beserta salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.

3. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua LAB dan selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama kuliah
4. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku pembimbing I yang telah memberikan kemudahan dan dukungan sehingga terselesaikan skripsi ini. Dan T. Syifa fadrizha Nanda, SE., AK., M. Acc selaku pembimbing II yang telah memberikan saran, motivasi, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Akmal Riza, SE, M.Si dan Dr. Muhammad Zuhilmi, MA sebagai penguji I dan II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini
6. Seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Pimpinan dan karyawan Bank Aceh Syariah Cabang pembantu Darussalam yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperlukan guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Ayahanda tercinta Karnidi dan Ibunda tersayang Cut Ubit yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi yang tiada habisnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula kepada keluarga besar yang telah mendukung dan memberikan motivasi

sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Serta sahabat tercinta M. Kamal, Rahmat Naufal, Aris Wanda, Deni Safwansyah, Yusnaldi Nata, Novia Rahmi, Rizka Nuzulia, Niswatul Chaira, Nazariah, Madinatul Munawarah, Raudhatul Jannah Irfan dan Ayu Annisa. Terima kasih untuk waktu, perasaan, dan tenaga yang telah di korbankan selama ini, semoga kita selalu bersama. Serta teman-teman seperjuanganku Program studi Perbankan Syariah angkatan 2015 saya ucapkan terima kasih yang telah bersama-sama ketika suka dan duka selama kuliah. Dan kepada teman-teman KPM yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis selama ini.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam menyusun skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Banda Aceh, 2 Oktober 2019
Penulis,

Joni Siswandi

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	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	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	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	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
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

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
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

- a. 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 الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

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.

ABSTRAK

Nama : Joni Siswandi
NIM : 150603204
Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuasan Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam
Tebal : 87 Halaman
Pembimbing I : T. Syifa Faridha Nanda, SE., M. Acc., AK
Pembimbing II : Dr. Hafas Furqani, M.Ec

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keuasan nasabah pada produk pembiayaan *murabahah* di PT Bank Aceh Syariah Capem Darussalam. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuisisioner dengan populasi berupa seluruh nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah Capem Darussalam. dengan pengambilan sample menggunakan *sampling incidental* dengan 91 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk yang unggul (X_1), sistem pelayanan yang baik (X_2), emosional (X_3) dan kemudahan (X_4) berpengaruh terhadap keuasan nasabah dengan besaran nilai R^2 nya sebesar 0,435 atau 43,95% variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen

Kata kunci : Produk yang unggul, Sistem pelayanan yang baik, Emosional, Kemudahan, Keuasan nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Kepuasan Nasabah	15
2.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	15
2.1.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah	16
2.1.3 Pengukuran Kepuasan Nasabah	17
2.1.4 Aspek-Aspek Kepuasan Nasabah	20
2.1.5 Nilai dan Kepuasan	20
2.1.6 Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen	21
2.1.7 Membangun Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen	22
2.1.8 Total Kepuasan Konsumen	23
2.2 Pembiayaan	25
2.2.1 Pengertian Pembiayaan	25

2.2.2 Unsur-Unsur Pembiayaan	26
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Pembiayaan	27
2.3 Pembiayaan Murabahah	28
2.3.1 Pengertian Pembiayaan Murabahah	28
2.3.2 Dasar Hukum Murabahah	30
2.3.3 Rukun dan Syarat Murabahah	34
2.3.4 jenis-Jenis Pembiayaan Murabahah	39
2.3.5 Murabahah Dalam Perbankan Syariah	41
2.3.6 Konsep Pembiayaan Murabahah	42
2.4 Penelitian Terdahulu	45
2.5 Kerangka Pemikiran	47
2.5.1 Pengaruh Produk Yang Unggul, Sistem Pelayanan yang baik, Emosional Dan kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	50
2.6 Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Lokasi Penelitian	54
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	54
3.3.1 Data Primer	54
3.3.2 Data Sekunder	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Kuisisioner	55
3.5 Data dan Teknik Perolehannya	56
3.5.1 Jenis Data	56
3.5.2 Populasi dan Sampel	56
3.6 Skala Pengukuran	57
3.7 Definisin dan Operasional Variabel Penelitian	58
3.7.1 Variabel Independen	59
3.7.2 Variabel Dependen	59
3.8 Metode Analisa Data	61
3.8.1 Uji Validitas	61
3.8.2 Uji Reabilitas	62
3.9 Asumsi Klasik	63
3.9.1 Uji Normalitas	63
3.9.2 Uji Multikolinierlitas	63
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	64

3.9.4 Analisis Linier Berganda	64
3.10 Pengujian Hipotesis	65
3.10.1 Uji t (Uji Parsial)	65
3.10.2 Uji F (F-test)	66
3.10.3 Uji Derterminasi	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah	67
4.2 Visi Misi dan Moto PT. Bank Aceh Syariah	72
4.2.1 Visi	72
4.2.2 Misi	72
4.2.2 Moto / <i>Corporate Image</i>	73
4.3 Karakteristik Responden	73
4.4 Uji Validitas	75
4.5 Uji Reabilitas	78
4.6 Uji Asumsi Klasik	79
4.6.1 Uji Normalitas	80
4.6.2 Uji Multikolinieritas	80
4.6.3 Uji Heterokedastisitas	82
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.8 Pengujian Hipotesis	85
4.8.1 Uji t (Parsial)	86
4.8.2 Uji F (Simultan)	88
4.9 Uji Determinasi (R^2)	90
4.10 Pembahasan	90
4.10.1 Pengaruh Produk yang Unggul Terhadap Kepuasan Nasabah	91
4.10.2 Pengaruh Sistem Pelayanan yang Baik Terhadap Kepuasan Nasabah	92
4.10.3 Pengaruh emosional Terhadap Kepuasan Nasabah	93
4.10.4 Pengaruh kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah	93
4.10.5 Pengaruh Produk yang Unggul, Sistem Pelayanan yang Baik, Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pembiayaan Murabahah Pada Bank Aceh Syariah Tahun 2014-2018	3
Tabel 1.2	Tabel Pihak Hubungan Afiliasi tahun 2016-2017 ..	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert	58
Tabel 3.2	Definisi dan Indikator Variabel Dependen	60
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	74
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel X_1	76
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel X_2	76
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel X_3	77
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel X_4	77
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Y	78
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.8	Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.9	Analisis regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.10	Uji Parsial (t)	86
Tabel 4.11	Uji F (simultan)	89
Tabel 4.12	Koefisien determinasi (R^2)	90

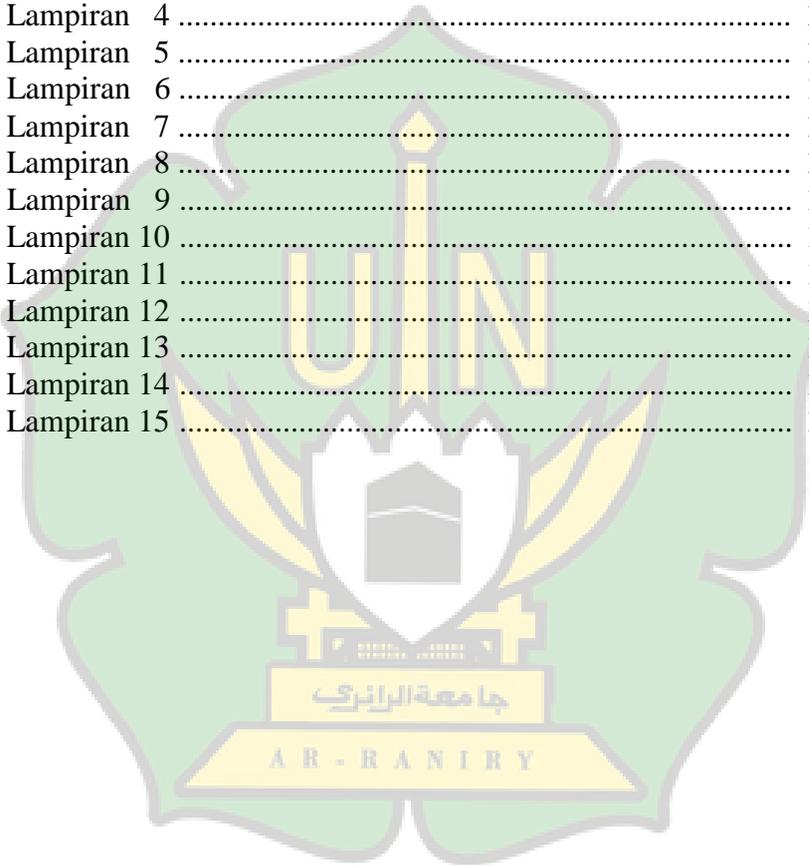
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	80
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	103
Lampiran 2	111
Lampiran 3	125
Lampiran 4	126
Lampiran 5	128
Lampiran 6	130
Lampiran 7	130
Lampiran 8	131
Lampiran 9	131
Lampiran 10	132
Lampiran 11	132
Lampiran 12	132
Lampiran 13	133
Lampiran 14	134
Lampiran 15	135



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi semakin modern ini istilah perbankan tidaklah asing lagi ditelinga masyarakat. Dimana dengan hadirnya perbankan dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi simpan pinjam. Istilah perbankan syariah walaupun baru namun sudah begitu melekat dengan pemikiran masyarakat dengan produk produk syariahnya.

Secara umum bank syariah (*Islamic Bank*) salah satu bank yang sistem operasinya berdasarkan prinsip-prinsip Islam sesuai dengan ketentuan al-quran dan hadis. Fungsi bank syariah secara garis besar tidaklah jauh berbeda dengan perbankan konvensional yakni sebagai wadah intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan (pembiayaan). Namun perbedaan pokoknya terletak pada cara pengambilan keuntungan yang dilakukan oleh kedua perbankan ini. Bila perbankan konvensional sistem pengambilan keuntungannya berdasarkan bunga, semakin besar suku bunga maka semakin tinggi profitnya. Namun perbankan syariah sistem keuntungannya berdasarkan falah yaitu kebahagiaan dunia akhirat yang itu dengan cara sistem bagi hasil (Solihah, 2011).

Berdasarkan dasar hukumnya bank syariah merupakan industri berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang menyediakan pelayanan jasa keuangan bagi masyarakat. Sebagai industri penyedia jasa bank syariah menawarkan produk yang begitu beragam kepada nasabahnya dan berbeda pesat dengan perbankan konvensional. Berbicara mengenai nasabah maka kualitas produk dan pelayanan menjadi hal terpenting bagi nasabah di bank syariah, salah satu tujuan dari bank syariah adalah memperoleh keuntungan dalam transaksinya terbebas dari riba, maka dalam hal ini sangat lah berkaitan erat dengan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap produk dan pelayanan yang di tawarkan bank syariah (Antonio, 2001).

Bank syariah di Indonesia diawali dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada tahun 1992 serta didukung penuh oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) kemudian beberapa pengusaha muslim. Bank muamalat indonesia adalah bank pertama yang beroperasi dengan sistem syariah. Jika dilihat dari jumlah rekening sejak 2005 pertumbuhannya tidaklah cukup membuat kalangan pemerhati syariah merasa puas (Ambia, 2018).

Hal serupa juga dialami oleh bank syariah lainnya seperti Bank Aceh Syariah. Di bawah ini merupakan penjabaran data terkait dengan jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah ditahun 2014-2018. Berikut ini tabel data nasabah:

Tabel 1.1
Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Aceh Syariah Cabang
Pembantu Darussalam Periode Tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah
1.	2014	1.287 Nasabah
2.	2015	1.208 Nasabah
3.	2016	1.073 Nasabah
4.	2017	1.007 Nasabah
5.	2018	976 Nasabah

Sumber: Bank Aceh (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dipahami bahwa jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada tahun 2014 berjumlah 1.287 nasabah. Pada tahun selanjutnya tahun 2015 jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan sehingga berjumlah 1.208 nasabah. Dan pada tahun 2016 jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* kembali menurun sehingga berjumlah 1.073 nasabah. Selanjutnya pada tahun 2017 jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* juga mengalami penurunan sehingga berjumlah 1.007 nasabah. Selanjutnya pada tahun 2018 jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* juga menurun sehingga tinggal berjumlah 976 nasabah. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* dari tahun ketahun semakin menurun terbukti dari tahun 2014 berjumlah 1.287 nasabah dan pada tahun 2018 Cuma tinggal 976 nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

Selanjutnya terkait dengan jumlah anggaran pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh syariah juga mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2016-2017. Penurunan jumlah anggaran tersebut disebabkan oleh berkurangnya jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam seperti data yang telah penulis sajikan pada tabel 1.1. Untuk lebih jelasnya terkait dengan jumlah anggaran pembiayaan produk *murabahah* penulis menyajikan data dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tabel hubungan pihak afiliasi tahun 2016-2017

No	Uraian	2016	2017
1	Piutang <i>Murabahah</i>	37.648.701652	12.654,244,789
2	Pembiayaan Musyarakah	3.805.871.379	1,774000.000
3	Jumlah piutang <i>musyarakah</i> dan <i>murabahah</i>	41.454.573031	14.428.244.789

Sumber: Anual Report PT. Bank Aceh (2017)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas jumlah piutang *murabahah* pada tahun 2016 sebesar Rp 37.648.701652 . Sedangkan pada tahun 2017 jumlah anggaran pembiayaan *murabahah* sebesar Rp 12.654.244.789 dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah anggaran pembiayaan piutang *murabahah* pada tahun 2017 mengalami penurunan yang sangat signifikan sebesar Rp 24.994.456.863 bila dibandingkan dengan data piutang *murabahah* pada tahun 2016.

Kemudian dari Tabel 1.1 dan 1.2 dapat dilihat penurunan nasabah dan penurunan jumlah anggaran pembiayaan piutang *murabahah*. Penurunan jumlah nasabah dan jumlah anggaran piutang *murabahah* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah pada produk pembiayaan modal. Sesuai fakta yang penulis temukan umumnya, akad yang dipakai pada saat pembiayaan modal kepada nasabah adalah akad *murabahah*, padahal yang lebih tepat digunakan oleh pihak perbankan yaitu akad *mudharabah* disini para nasabah merasa kurang puas terhadap akad *murabahah* ini, karena asas dari *murabahah* adalah jual beli dimana harus ada profit bagi pihak penjual, dalam konteks pembiayaan, nasabah meminjam uang untuk membeli kebutuhan usaha yang kemudian dibayar dengan cara berkala dengan tambahan keuntungan kepada pihak perbankan sesuai yang disepakati diawal, hal ini membuat nasabah kurang puas dan dinilai penerapannya yang dilakukan oleh pihak perbankan kurang tepat, jika usaha nasabah rugi maka ia tetap harus membayar tambahan dari utangnya ke bank. Sehingga nasabah mengalami kerugian berlipat ganda. Sebenarnya yang tepat diterapkan oleh perbankan pada pembiayaan modal kerja ini adalah akad *mudharabah* bukan lebih mengutamakan akad *murabahah*, karna baik nasabah ataupun pihak perbankan akan sama sama mendapat keuntungan jika usahanya lancar. Namun sebaliknya jika mengalami kegagalan baik bank maupun nasabah maka akan sama-sama menanggung kerugian (Nisa, 2016).

Fakta selanjutnya yang membuat nasabah kurang puas akan akad *murabahah* di bank syariah yaitu terkait resiko penolakan nasabah. Pada teorinya, nasabah berhak menolak barang yang akan dibeli jika terjadi ketidaksesuaian. Namun, bank syariah menghindari resiko ini dengan adanya uang muka atau jaminan. Nasabah boleh tidak melanjutkan pembelian akan tetapi uang mukanya tidak dikembalikan oleh pihak perbankan. Dari fakta di atas dapat dilihat bahwa ada ketidaksesuaian antara praktek dan teori yang ada dengan hal yang terjadi kenyataan (Nisa, 2016).

Cahyani (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor yang pertama adalah *credibility*, merupakan kepercayaan nasabah terhadap perbankan, reputasi dan kejujuran bank dalam operasionalnya. Faktor yang kedua *accessibiity*, yaitu kemudahan akses jasa dan ketetapan waktu dalam melakukan layanan jasa. Dan faktor yang terakhir *Bank Image* meliputi reputasi bank secara proaktif yang dapat mempengaruhi psikis nasabah.

Krismanto (2010) dalam tesisnya mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor yang pertama adalah kualitas layanan, merupakan perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya maka perusahaan tersebut akan memiliki peluang yang besar untuk bisa terus dikunjungi oleh nasabahnya. Faktor yang kedua adalah penanganan komplain,

merupakan suatu sarana untuk menampung keluhan dari nasabah, penanganan komplain nasabah pada perbankan saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu perbankan agar dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan mudahnya untuk berpindah ke bank lain yang dianggap bisa memberikan layanan terhadap komplain dengan baik. Faktor yang ketiga citra, lembaga keuangan seperti perbankan akan dianggap berhasil dalam membangun citra banknya apabila berhasil untuk menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan hati nasabah dan dapat menarik minat nasabah, baik itu nasabah yang sudah ada maupun nasabah yang baru, nasabah akan cenderung datang atau akan menjadi bagian dari perbankan. Faktor yang terakhir adalah loyalitas nasabah, merupakan sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap produk perbankan syariah masih kurang dibandingkan dengan perbankan konvensional. Kepuasan nasabah adalah evaluasi pembeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Definisi lainnya kepuasan nasabah adalah dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan

yang sesungguhnya dipercaya oleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut. *Murabahah* adalah akad jual beli barang yang menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam pemberian pembiayaan PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam mempunyai produk pembiayaan yang salah satunya adalah *murabahah* (Ambia, 2018).

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah yang pertama produk yang unggul merupakan produk yang memiliki kualitas yang bagus dibandingkan produk-produk yang lain faktor ini juga pernah diteliti oleh Kamila (2017), di dalam penelitiannya produk yang unggul juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Faktor yang kedua sistem pelayanan yang baik merupakan kecepatan dalam pelayanan fleksibilitas dalam melakukan transaksi, penggunaan teknologi yang canggih, kemudahan dalam memperoleh apa yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara personal faktor ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2016) dia juga menemukan variabel sistem pelayanan yang baik juga berpengaruh terhadap kepuasan

. Faktor yang ketiga emosional merupakan konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. faktor ini juga pernah diteliti oleh Teresia (2018). Di dalam penelitiannya emosional juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Faktor yang terakhir kemudahah adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah untuk memperoleh suatu produk faktor ini juga pernah diteliti oleh Solihah (2011) didalam penelitiannya ia menemukan variabel kemudahan juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uraian di atas, dapat dipahami bahwa jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Menurut pengamatan penulis, penurunan tersebut disebabkan oleh adanya ketidakpuasan nasabah terhadap produk tersebut. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan harapan (Kotler, 2010). Maka dari itu, kepuasan nasabah merupakan hal paling utama untuk diperhatikan oleh pihak bank Karena nasabah merupakan aset terpenting dari sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Oleh karna itu, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam tentang permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Produk *Murabahah* Pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah faktor produk yang unggul berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam ?
2. Apakah faktor sistem pelayanan yang baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam ?
3. Apakah faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam ?
4. Apakah faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam ?
5. Apakah faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah faktor produk yang unggul berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.
2. Untuk mengetahui apakah faktor sistem pelayanan yang baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.
3. Untuk mengetahui apakah faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.
4. Untuk mengetahui apakah faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.
5. Untuk mengetahui apakah faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini maka akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang kepuasan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah*.

2. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini maka dapat dijadikan sebagai acuan dalam meneliti tentang kepuasan nasabah terhadap pembiayaan *murabahah*

3. Bagi nasabah

Bagi nasabah untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk *murabahah* di Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.

4. Bagi Bank Aceh Syariah

Dengan adanya penelitian ini Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam dapat menjadi acuan sejauh mana tingkat kepuasan nasabah dalam akad *murabahah*.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami proposal skripsi ini, penulis membuat sistematika sesuai dengan pembahasan masing-masing bab. Penulis membaginya menjadi 3 (tiga) bab, yang setiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematikanya adalah:

Bab I Pendahuluan

Bab ini memaparkan atau menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini memaparkan atau menjelaskan tentang kajian pustaka membuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, pembiayaan, *murabahah*.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang prosedur dalam melakukan penelitian, jenis penelitian, deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sumber data yang dikumpulkan data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dan metode dokumentasi.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini memuat deskriptif objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil penelitian ini di kemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

Bab V penutup

Bab ini terdiri dari dua sub yaitu kesimpulan dari hasil penelitian dan saran atau masukan untuk penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Nasabah

2.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan atau menjadi konsumen bank. Sedangkan menurut undang undang perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan UUS. Nasabah terbagi kedalam tiga katagori yaitu nasabah investor, nasabah penyimpan, dan nasabah penerima fasilitas (Rianto, 2010: 189).

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam hal ini yang dimaksud adalah perbankan menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apabila keinginan yang diterimanya lebih besar daripada harapannya, maka konsumen puas, namun jika sebaliknya kinerja yang diberikan lebih kecil dari apa yang diharapkan maka konsumen tidak puas (Arianto, 2010: 193).

Menurut Philip Kotler (2010) mengatakan bahwa kepuasan nasabah atau konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Sedangkan Richard f Gerso (2002) juga mendefinisikan kepuasan nasabah atau konsumen adalah harapannya sudah terpenuhi atau terlampaui.

Dari definisi-definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah atau ketidakpuasan nasabah merupakan perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kotler (2010) mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain:

1. Produk yang unggul

Keunggulan tersebut dapat berupa inovasi yang tinggi, harga yang murah, kuantitas atau persediaan yang mencukupi saluran distribusi yang mudah dan kualitas yang lebih baik.

2. Sistem pelayanan yang baik

Kualitas layanan dapat berupa kecepatan dalam pelayanan fleksibilitas dalam melakukan transaksi, penggunaan teknologi yang canggih, kemudahan dalam memperoleh apa yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara personal. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, menciptakan sistem pelayanan yang baik

menjadi tuntutan utama dalam seluruh proses usahanya. Karena dari sistem pelayanan tersebutlah pengukuran tingkat kepuasan konsumen akan mudah dilakukan.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Kemudahan

Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.1.3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Setelah perusahaan dapat menciptakan sistem pelayanan konsumen yang baik maka tahap selanjutnya adalah perlunya diadakan sebuah riset atau pengukuran tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut. Manfaat utama dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah tersedianya umpan balik segera. Dengan hasil tersebut perusahaan dapat melihat kinerja mereka selama ini, dan membandingkannya dengan standar yang seharusnya (Rianto, 2010).

Hasil tersebut juga menjadi masukan guna menetapkan kebijakan tentang apa yang seharusnya digunakan untuk menuju pada perbaikan berdasarkan pada hasil pengukuran tersebut. Namun manfaat pengukuran kepuasan nasabah bukanlah hanya sebatas itu masih banyak manfaat lain yang dapat kita peroleh (Rianto, 2010).

Adapun tahapan-tahapan pengukuran kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Pengukuran menyebabkan orang lain memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan prima kepada konsumen.
2. Pengukuran bisa dijadikan dasar standar kinerja dan dasar standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu ke arah yang semakin baik dan kepuasan konsumen semakin meningkat.
3. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada perusahaan, terutama bila konsumen sendiri yang mengukur kinerja perusahaan yang memberikan pelayanan.
4. Pengukuran memberitahukan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan konsumen serta bagaimana harus melakukannya.
5. Pengukuran motivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktifitas yang lebih tinggi (Rianto, 2010: 33-34).

Krismanto (2011: 34) memaparkan ada beberapa cara untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah antara lain:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and sugestion system*)

Perusahaan atau perbankan meminta keluhan dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, ataupun berbagai sarana lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan atau perbankan untuk dapat mengantisipasi dengan cepat dan tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2. Survei kepuasan konsumen (*customer satisfaction survey*)

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar konsumen diharapkan dari survei ini didapatkan umpan balik yang positif dari nasabah. Survei ini dapat dilakukan dengan telepon, wawancara pribadi atau konsumen diminta untuk mengisi angket.

3. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli sendiri ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya. Hal ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen

4. Analisa konsumen yang lari

Konsumen yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan kenapa mereka berhenti, atau pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila terjadi masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

2.1.4 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen/Nasabah

Ada beberapa aspek-aspek kepuasan konsumen, Kotler (2010: 33) adalah:

1. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
2. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
3. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
4. Profesional (*professionalism*)
5. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all statictifation with servive*)

2.1.5 Nilai dan Kepuasan

Penawaran dalam suatu perusahaan akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen atau nasabah. Pembeli memilih penawaran yang berbeda-beda berdasarkan

persepsinya akan penawaran yang tidak berwujud dan biaya yang dipersepsikan. Kotler (2012) mengemukakan bahwa nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan dan harga, yang disebut juga tiga elemen nilai konsumen. Nilai meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan dan begitu juga sebaliknya nilai menurun seiring dengan menurunnya kualitas dan pelayanan.

Nilai adalah konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Kita dapat memandang pemasaran sebagai kegiatan mengidentifikasi, menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan dan memantau nilai konsumen. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, konsumen tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, konsumen tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, konsumen tersebut senang (Kotler, 2010: 133).

2.1.6 Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen

Kotler (2010: 35) mengemukakan bahwa ciri-ciri kepuasan konsumen antara lain sebagai berikut:

1. Loyalitas terhadap produk
2. Konsumen yang puas cenderung loyal, dimana mereka akan mengambil ulang dari produk yang sama.
3. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*)

yang bersifat positif yaitu merekomendasikan kepada calon nasabah yang baru dan mengatakan hal-hal yang positif tentang produk tersebut dan perusahaan.

4. Perusahaan jadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk lain, maka perusahaan telah memberi kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

2.1.7 Membangun Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen

Menciptakan konsumen yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Berikut ini pernyataan ahli pemasaran Don Peppers dan Martha Rogers. Satu-satunya nilai yang dapat dilakukan oleh perusahaan anda adalah nilai yang berasal dari konsumen itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan anda miliki dimasa yang akan datang. Suatu bisnis disebut sukses jika dapat mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan konsumen. Konsumen merupakan satu satunya alasan perusahaan untuk membangun pabrik, memperkerjakan karyawan, menjadwalkan rapat atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun, tanpa konsumen anda tidak mempunyai bisnis (Kotler, 2007).

Beberapa perusahaan didirikan dengan model bisnis dimana konsumen ditempatkan di atas, dan advokasi konsumen telah menjadi strategi mereka dan juga keunggulan yang kompetitif bagi mereka. Dengan kemunculan teknologi digital seperti internet,

konsumen yang semakin pandai dewasa ini mengharapkan perusahaan melakukan lebih banyak hal dari pada sekedar berhubungan dengan konsumen, lebih dari sekedar memuaskan konsumen dan bahkan lebih dari sekedar menyenangkan konsumen (Kotler, 2010: 135).

2.1.8 Total Kepuasan Konsumen

Apakah konsumen akan merasa puas setelah membeli itu semua tergantung pada kinerja penawaran dalam hubungannya dengan ekspektasi pembeli dan apakah konsumen menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka konsumen tidak puas, namun jika kinerja melebihi ekspektasi maka konsumen akan merasa puas (Kotler, 2010).

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan atau nasabah berusaha menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi. Tetapi itu bukan tujuan akhir, jika perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, mungkin laba akan menurun. Perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan cara selain meningkatkan kepuasan (misalnya, dengan meningkatkan proses manufaktur atau berinvestasi lebih banyak dalam R%D). Perusahaan juga mempunyai banyak stake holder (pemangku kepentingan),

termasuk karyawan, penyalur, pemasok dan pemegang saham. Menghabiskan lebih banyak usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen bisa mengalihkan dana dari peningkatan kepuasan mitra-mitra lainnya. Terakhir, perusahaan harus beroperasi pada filosofi bahwa perusahaan berusaha mengantarkan tingkat kepuasan yang bisa diterima oleh pemangku/pemegang kepentingan lainnya berdasarkan total sumber dayanya (Kotler, 2010: 139).

Bagaimana konsumen membentuk ekspektasi mereka tentunya dari pengalaman pembelian masa lalu nasehat teman serta informasi dan janji pemasar dan pesaing. Jika pemasar meningkatkan ekspektasi terlalu tinggi, pembeli akan kecewa. Meskipun demikian, jika perusahaan menetapkan ekspektasi terlalu rendah, perusahaan tidak akan bisa menarik cukup pembeli (meskipun perusahaan akan dapat memuaskan mereka yang membeli). Beberapa perusahaan paling sukses saat ini meningkatkan ekspektasi dan menghantarkan kinerja yang sesuai harapan. Pembuat mobil korea, kia, meraih sukses di Amerika Serikat dengan meluncurkan mobil murah bermutu tinggi yang cukup handal sehingga kita dapat menawarkan jaminan 10 tahun keputusan konsumen untuk bersikap loyal atau bersikap tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Sekarang banyak perusahaan berusaha menciptakan “pengalaman pelanggan bermerek” (Kotler, 2010: 139).

2.2 Pembiayaan

2.2.1 Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah.
- b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, salam istishna.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh
- e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa

Pembiayaan menurut PERMA No. 2 /2008 KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) adalah penyediaan dana dan atau tagihan berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah dan atau pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip bagi hasil. Pembiayaan menurut Muhammad Syafii Antonio yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit (Antonio, 2001: 160).

Sedangkan menurut UU No. 10/1998 tentang Perbankan menyatakan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah 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. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka arti pembiayaan dapat kita simpulkan bahwa kemampuan untuk memberikan atau meminjam dengan suatu perjanjian akan mengembalikan dalam jangka waktu tertentu, ada kalanya dalam perjanjian yang ringan dalam pemberian pembiayaan di atas dapat dikatakan bahwa prestasi dan kontrak prestasi dalam dunia perbankan adalah berbentuk uang (Antonio, 2001).

2.2.2 Unsur-Unsur Pembiayaan

Adapun unsur-unsur pembiayaan yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas pembiayaan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2000):

1. Kepercayaan

Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit/pembiayaan bahwa pembiayaan yang diberikan bank berupa uang, barang dan jasa akan benar benar diterima kembali dimasa tertentu di masa datang.

2. Kesepakatan

Antara si pemberi dengan penerima pembiayaan harus dengan kesepakatan. Kesepakatan ini tertuang dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajiban masing-masing.

3. Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan pasti memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati.

4. Resiko

Faktor resiko kerugian dapat diakibatkan dua hal yaitu resiko kerugian yang diakibatkan nasabah sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan resiko kerugian yang diakibatkan karena nasabah karena tidak mampu membayar kreditnya. Semakin panjang jangka suatu kredit semakin besar resiko tidak tertagih begitu pula sebaliknya.

5. Balas Jasa

Balas jasa atas kredit pada bank konvensional dalam bentuk bunga, biaya komisi serta biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan bank sedangkan bagi bank syariah atas pembiayaan yang diberikan balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

2.2.3 Tujuan dan Fungsi Pembiayaan

Tujuan pembiayaan oleh bank adalah (Kasmir, 2000).

1. Turut menyukseskan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan.
2. Meningkatkan aktifitas perusahaan agar dapat menjalankan fungsinya guna di penuhiya kebutuhan.

3. Memperoleh laba agar keberlangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat diperluas.
4. Dapat mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan yang ada.

Fungsi pembiayaan perbankan dalam perekonomian antara lain sebagai berikut:

1. Pembiayaan pada hakikatnya dapat meningkatkan daya guna sang pemilik modal atau uang.
2. Pembiayaan dapat meningkatkan keberadaan dan lalu lintas uang.
3. Pembiayaan dapat meningkatkan daya guna barang.
4. Pembiayaan sebagai salah satu stabilitas ekonomi.
5. Pembiayaan dapat meningkatkan pemerataan pendapatan.

Pembiayaan pada hakikatnya dapat meningkatkan daya guna untuk pemilik modal atau dapat secara langsung meminjamkan uang kepada mereka yang membutuhkan untuk meningkatkan usahanya.

2.3 Pembiayaan *Murabahah*

2.3.1 Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu. Sedangkan menurut UU No. 10/1998 tentang Perbankan menyatakan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah 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 (Karim, 2007: 88).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang didasarkan kepada persetujuan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tersebut setelah jangka waktu yang disepakati bersama. Kata *murabahah* berasal dari kata (Arab) *rabaha*, *yurabihu*, *murabahatan*, yang berarti untung atau menguntungkan, seperti ungkapan “*tijaratun rabihiah, wa baa“u asy-syai murabahatan*” artinya perdagangan yang menguntungkan dan menjual sesuatu barang yang memberi keuntungan. Kata *murabahah* juga berasal dari kata *ribhun* atau *rubhun* yang berarti tumbuh, berkembang dan bertambah (Syubair, 1992: 112).

Secara istilah, para *fuqaha* (para ahli hukum Islam) mengartikan *murabahah* sebagai “*al-ba‘i bira’sil maal waribhun ma’lum*” artinya jual beli dengan harga pokok ditambah keuntungan yang diketahui. Ibnu Jazi menggambarkan jenis transaksi ini penjual barang memberitahukan kepada pembeli harga barang dan keuntungan yang akan diambil dari barang tersebut para *fuqaha* mensifati *murabahah* sebagai bentuk jual beli atas dasar kepercayaan (*dhaman buyu“ al-amanah*). Hal ini mengingat penjual percaya kepada pembeli yang diwujudkan dengan

menginformasikan harga pokok barang yang akan dijual berikut keuntungannya kepada pembeli

(Syubair, 1992: 199).

Murabahah menurut Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang akad Penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati (Syubair, 1992: 2017). *Murabahah* menurut undang-undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah akad Pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

2.3.2 Dasar Hukum *Murabahah*

Al qur'an tidak secara langsung membicarakan mengenai *murabahah* meski disana ada sejumlah acuan mengenai jual beli, laba rugi dan perdagangan. Demikian pula tidak ada hadis yang memiliki rujukan langsung kepada *murabahah*, landasan hukum seperti yang diungkapkan oleh Dewan Syariah Nasional dalam himpunan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia NO.04/DSN-MUIV/2000 mengenai *murabahah* adalah sebagai berikut:

1. Alquran

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah [2] ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُفُومُونَ إِلَّا كَمَا يُفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya” (Al-Baqarah [2]: 275).

2. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Muzammil [73] ayat 20.

﴿إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَائِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَّرْضَىٰ وَءَاخِرُونَ يَصْتَرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن فَضْلِ اللَّهِ وَءَاخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَءَاتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِّنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُفُومُونَ إِلَّا كَمَا يُفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat

menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada diantara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Al-Muzammil [73]: 20)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagian makhluk hidup didunia, senantiasa mencari rezeki karunia Allah dengan bermuamalah, salah satunya dengan jual beli *murabahah*. Bahwasanya dalil-dalil mengenai *murabahah*, adalah dalil dalil nash walaupun dalam dalil tersebut tidak disebutkan dengan jelas mengenai keabsahan *murabahah*, akan tetapi menunjukkan tentang jual beli yang dibenarkan dalam Al-quran dan sunnah nabi karena *murabahah* sama dengan jual beli tangguh.

3. Al-Hadis

Dari Abu sa'id Al khudri *radhiallahu 'anhu*, Nabi *sallallahu alaihi wasallam* bersabda:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

Artinya: “Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid” (HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu’ Bab Maja-a Fit Tijaroti no. 1130).

Dalam sebuah riwayat Ibnu Mas’ud *Radhiyallahu anhu*, menyebutkan bahwa boleh melakukan jual beli dengan mengambil keuntungan satu dirham atau dua dirham untuk setiap sepuluh dirham harga pokok (Azzuhaili, 1997: 3766).

4. Ijma’

Ijma’ para sahabat nabi yang mengizinkan transaksi *murabahah* yang dinarasikan oleh Al-Kansani, bahwa: “tidak ada ruginya untuk memberitahukan harga pokok dan laba dari transaksi jual beli” (Hasan, 2014). Imam Malik dan Imam Syafi’i mengatakan bahwa jual beli *murabahah* itu sah menurut hukum walaupun Abdullah Saeed mengatakan bahwa pernyataan ini tidak menyebutkan referensi yang jelas dari hadist. Imam Malik mendukung fasilitasnya dengan acuan pada praktek orang-orang Madinah, ia berkata “*Penduduk Madinah telah berkonsesus akan legitimasi orang yang membeli pakaian di sebuah toko dan membawanya ke kota lain untuk dijual dengan adanya tambahan keuntungan yang telah disepakati*”.

Imam Syafi’i mengatakan pendapatnya bahwa jika seseorang menunjukkan sebuah komoditi kepada seseorang dan berkata: “*berikan sesuatu untukku dan aku akan memberimu keuntungan sekian dan orang itu kemudian membelikan sesuatu itu*

untuknya, maka transaksi demikian ini adalah sah” (Saeed, 2003: 137).

2.3.3 Rukun dan Syarat *Murabahah*

Adapun rukun jual beli *murabahah* adalah sama dengan rukun jual beli umumnya. Terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumur ulama dalam menentukan rukun jual beli. Menurut ulama Hanafiyah rukunnya hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan penjual kepada pembeli) dan *qabul* (ungkapan pembeli kepada penjual). Menurut mereka, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit diindra sehingga tidak dapat dilihat. Maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan jual beli. Menurut mereka tergambar dalam *ijab* dan *qabul* atau melalui cara saling memberikan barang dengan barang (Haroen, 2007: 144). Menurut Suhendi (1997: 70) rukun jual beli *murabahah* yang disepakati oleh jumur ulama yaitu:

1. Penjual (*ba'i*), yaitu yang membeli barang untuk dijual
2. Pembeli (*musytariy*), yaitu pihak yang memerlukan dan akan membeli barang dari si penjual.
3. Adanya objek *aqad*, yaitu *mabi'* (barang yang akan diperjual belikan) dan adanya harga (*tsamanan*) atas barang yang akan diperjual belikan.

4. Sighat dalam bentuk ijab qabul, yaitu ungkapan dari pihak pembeli dan penjual, sebagai isyarat adanya kerelaan antara kedua belah pihak.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi kedua belah pihak dalam transaksi jual beli *murabahah*: (Ascarya, 2007: 85).

1. Mengetahui harga awal modal, disyaratkan agar penjual menyatakan biaya perolehan barang kepada sipembeli, mengetahui harga dasar adalah syarat sahnya jual beli *murabahah*. Ini merupakan salah satu unsur yang membedakan jual beli ini dengan jual beli lainnya. Jika harga awal tidak diketahui, maka transaksi *murabahah* tidak akan sah sampai harga pertamanya diketahui ditempat transaksi hal ini dikarenakan jual beli *murabahah* bergantung pada modal pertama.
2. Mengetahui keuntungan yang diambil oleh penjual. Besarnya keuntungan yang diambil oleh sipenjual harus jelas diketahui oleh pembeli, yaitu tingkat keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk persentase tertentu dari biaya.
3. Semua biaya yang dikeluarkan dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan kedalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan

sebagainya tidak dapat dimasukkan ke dalam harga untuk suatu transaksi *Margin* keuntungan yang diminta itulah yang mengcover pengeluaran-pengeluaran tersebut.

4. *Murabahah* dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, maka barang tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip *murabahah*.

Beberapa ulama kontemporer telah membolehkan penggunaan *murabahah* sebagai bentuk pembiayaan alternatif dengan syarat-syarat tertentu seperti yang telah diatur dalam fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Dalam fatwa tersebut dijelaskan aturan umum *murabahah* dalam bank syariah sebagai berikut: (Wirdyaningsih, 2007: 107)

1. Ketentuan umum *murabahah* dalam bank syariah adalah sebagai berikut:
 - a. Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
 - b. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
 - c. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
 - d. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.

- e. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara berhutang.
 - f. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli ditambah keuntungan. Dalam hal ini, bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
 - g. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu yang telah disepakati.
 - h. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
 - i. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.
2. Ketentuan *Murabahah* Kepada Nasabah
- Wirduyaningsih (2007) memaparkan ada beberapa ketentuan *murabahah* kepada nasabah antara lain:
- a. Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
 - b. Jika bank meminta permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.

- c. Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima atau membelinya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, karena secara hukum, perjanjian tersebut mengikat kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
- d. Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat mendatangi kesepakatan awal pemesanan.
- e. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya ril bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- f. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- g. Jika uang muka memakai kontrak *urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka:
 - 1) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
 - 2) Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

- 3) Jaminan dalam *murabahah*
- h. Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan, agar nasabah serius dengan pemesanannya.
 - i. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

2.3.4 Jenis-Jenis Pembiayaan *Murabahah*

a. *Murabahah* tanpa pesanan

Murabahah tanpa pesanan adalah jenis jual beli *murabahah* yang dilakukan dengan tidak melihat adanya nasabah yang memesan (mengajukan pembiayaan) atau tidak, sehingga penyediaan barang dilakukan oleh bank tidak terkait dengan jual beli *murabahah* sendiri. Dengan kata lain, dalam *murabahah* tanpa pesanan, bank syariah menyediakan barang atau pesanan yang akan diperjual belikan tanpa memperhatikan ada nasabah yang membeli atau tidak (Antonio, 2001).

b. *Murabahah* berdasarkan pesanan

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 atau BPRS melakukan pengadaan barang dan melakukan transaksi jual beli setelah ada nasabah yang memesan untuk dibelikan barang atau aset sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah tersebut. Dalam kasus jual beli biasa, misalnya seorang ingin membeli barang tertentu dengan spesifikasi tertentu,

sedangkan barang tersebut belum ada pada saat pemesanan, maka sipenjual akan mencari dan membeli barang yang sesuai dengan spesifikasinya, kemudian menjual kepada sipemesan. Transaksi *murabahah* melalui pesanan ini adalah sah dalam fikih Islam antara lain dikatakan oleh Imam Muhammad Ibnu Hasan Al-Syaibani, Imam Syafi'i dan Imam Ja'far Al-Sidiq (Antonio, 2001).

Murabahah melalui pesanan ini, sipenjual boleh meminta pembayaran *hamish ghadiyah*, yakni uang tanda jadi ketika ijab kabul. Hal ini sekedar menunjukkan bukti keseriusan sipembeli. Bila kemudian sipenjual telah membeli dan memasang berbagai perlengkapan dimobil pesannya, sedangkan sipembeli membatalkannya, *hamish ghadiyah-nya*. Ini dapat digunakan untuk menutup kerugian sidealer mobil. Bila jumlah *hamish ghadiyahnya* lebih kecil dijumlahkan kerusakan yang harus ditanggung oleh sipenjual, penjual dapat meminta kekurangannya. Begitu juga sebaliknya bila berlebih sipembeli berhak atas kelebihan itu.

Sehingga proses pengadaan barang dilakukan sebelum transaksi atau akad jual beli *murabahah* dilakukan. Menurut Karim (2007: 115) pengadaan barang dilakukan bank syariah atau BPRS ini dapat dilakukan beberapa cara antara lain:

- a. Membeli barang jadi kepada produsen (prinsip *murabahah*).
Memesan kepada pembuat barang/produsen dengan pembayaran dilakukan secara keseluruhan setelah akad (prinsip salam).

- b. Memesan kepada pembuat barang/produsen dengan pembayaran yang dilakukan didepan, selama dalam masa pembuatan atau setelah penyerahan barang (prinsip *istishna*).
- c. Merupakan barang-barang dari persediaan *mudharabah* atau *musyarakah*.
- d. Pembiayaan konsumtif.
 - 1) Pembiayaan perbaikan rumah.
 - 2) Pembiayaan kepemilikan kendaraan.
 - 3) Pembiayaan serba guna.
 - 4) Pembiayaan investasi.
 - 5) Pembiayaan modal usaha.

2.3.5 *Murabahah* dalam Perbankan Syariah

Pada umumnya bank-bank Islam menawarkan produk *murabahahnya* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada para nasabah guna pembelian barang-barang konsumsi. *Murabahah* yang digunakan dalam perbankan. Islam pada prinsipnya didasarkan pada dua komponen utama yaitu harga beli dan biaya terkait atas barang serta kesepakatan atas labanya (*mark-up*).

Dalam prakteknya di perbankan Islam, sebagian besar kontrak *murabahah* yang dilakukan adalah dengan menggunakan sistem *murabahah* Kepada Pemesan Pembelian (KPP). Kondisi ini dapat dimaklumi mengingat lembaga perbankan yang dilakukan adalah dengan menggunakan sistem *murabahah* kepada pemesan

pembelian (KPP). Kondisi ini dapat dimaklumi mengingat lembaga perbankan bukanlah sebagai tempat yang menghasilkan suatu barang atau komoditas tertentu yang dibutuhkan oleh seorang nasabah. Singkatnya untuk mengadakan barang atau komoditas yang dibutuhkan nasabah, pihak bank terlebih dahulu melakukan pemesanan kepada produsen terkait (pihak ketiga) yang kemudian disalurkan kepada nasabah yang memesannya. (Ascarya, 2007: 89-90).

2.3.6 Konsep Dasar Pembiayaan *Murabahah*

Antonio (2001: 72) memaparkan ada beberapa konsep kegiatan *murabahah* yang dilakukan antara pihak bank dan pihak nasabah yang harus dipahami satu sama lain, yaitu:

1. Pembiayaan *murabahah* bukan pinjaman yang diberikan dengan bunga

Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli komoditas dengan harga tangguh yang termasuk margin keuntungan di atas biaya perolehan yang disetujui bersama.

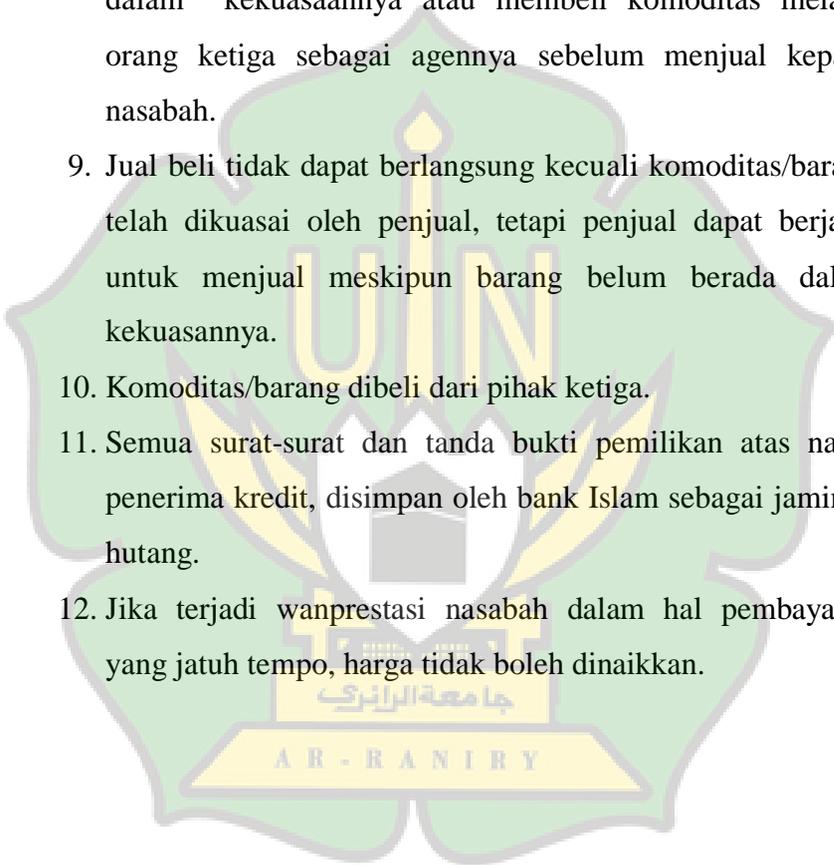
2. Bank Islam akan memberikan kredit *murabahah* sebesar harga barang

Modal atau harga barang dagangan yang paling baik yang diajukan oleh penerima kredit Bank Islam akan membayarkan secara tunai langsung kepada pemasok yang ditunjuk atas nama penerima kredit.

3. Sebagai bentuk jual beli dan bukan bentuk pinjaman, pembiayaan *murabahah* harus memenuhi semua syarat-syarat yang diperlukan untuk jual beli yang sah.
4. *Murabahah* dapat digunakan nasabah ketika memerlukan dana untuk
Membeli suatu komoditas/barang terutama bagi pengusaha produsen yang hendak memperluas usaha dengan cara menambah peralatan modalnya seperti mesin-mesin, dan sebagainya berikutnya akan ditujukan kepada usaha-usaha yang dapat menunjang pengembangan pengusaha produsen seperti kredit untuk penambahan modal kerja, kredit untuk pedagang perantara, dan kredit untuk peningkatan daya beli konsumen barang-barang yang dihasilkan pengusaha produsen nasabah Bank Islam.
5. Penerima kredit memilih sendiri barang apapun yang diperlukan, memilih pemasok yang dipercaya, tawar-menawar untuk memperoleh harga yang paling baik dengan pemasok, kemudian mengajukan permohonan kredit *Murabahah* sebesar harga barang yang diperlukan kepada Bank Islam.
6. Pemberi pembiayaan harus telah memiliki komoditas/ barang sebelum dijual kepada nasabahnya.
7. Komoditas/ barang harus sudah dalam penguasaan pemberi pembiayaan

Secara fisik atau konstruktif, dalam arti bahwa resiko yang mungkin terjadi pada komoditas tersebut berada ditangan pemberi pembiayaan meskipun untuk jangka waktu pendek.

8. Pemberi pembiayaan membeli komoditas dan menyimpan dalam kekuasaannya atau membeli komoditas melalui orang ketiga sebagai agennya sebelum menjual kepada nasabah.
9. Jual beli tidak dapat berlangsung kecuali komoditas/barang telah dikuasai oleh penjual, tetapi penjual dapat berjanji untuk menjual meskipun barang belum berada dalam kekuasaannya.
10. Komoditas/barang dibeli dari pihak ketiga.
11. Semua surat-surat dan tanda bukti kepemilikan atas nama penerima kredit, disimpan oleh bank Islam sebagai jaminan hutang.
12. Jika terjadi wanprestasi nasabah dalam hal pembayaran yang jatuh tempo, harga tidak boleh dinaikkan.



2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Cahyani (2016)	Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di Yogyakarta	Menggunakan metode Kuantitatif	Ada hubungan korelasi positif antara kinerja dengan harapan nasabah terhadap perbankan syariah di yogyakarta
2.	Teresia (2018)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada industri salon di tjem Yogyakarta	Menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor- faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3.	Kamila (2017)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
4.	Solihah (2011)	Analisis pengaruh kepuasan terhadap peningkatan dana pihak tiga (DPK) yang diberikan bank syariah mandiri	Menggunakan metode Kuantitatif	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap peningkatan (DPK) yang diberikan bank syariah mandiri

Sumber: Data diolah kembali (2019)

Cahyani (2011) melakukan penelitian pada perbankan syariah di Yogyakarta. Penelitiannya fokus membahas tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dengan menggunakan metode kuantitatif. Temuan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam penelitiannya adalah yang pertama *credibility*, merupakan kepercayaan nasabah terhadap perbankan, reputasi dan kejujuran bank dalam operasionalnya. Faktor yang kedua *accessibility*, yaitu kemudahan akses jasa dan ketepatan waktu dalam melakukan layanan jasa. Faktor yang terakhir adalah *Bank Image* meliputi reputasi bank secara proaktif yang dapat mempengaruhi psikis nasabah.

Teresia (2018) melakukan penelitian pada industri salon di Area Tajem Yogyakarta sebagai lokasi penelitiannya. Dan membahas tentang faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif. Temuan peneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitiannya adalah yang pertama kualitas produk, merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi- fungsinya. Faktor yang kedua adalah kualitas pelayanan, merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen, faktor yang ketiga emosional, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk tertentu. Faktor yang terakhir adalah

harga, Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi kepuasan konsumen.

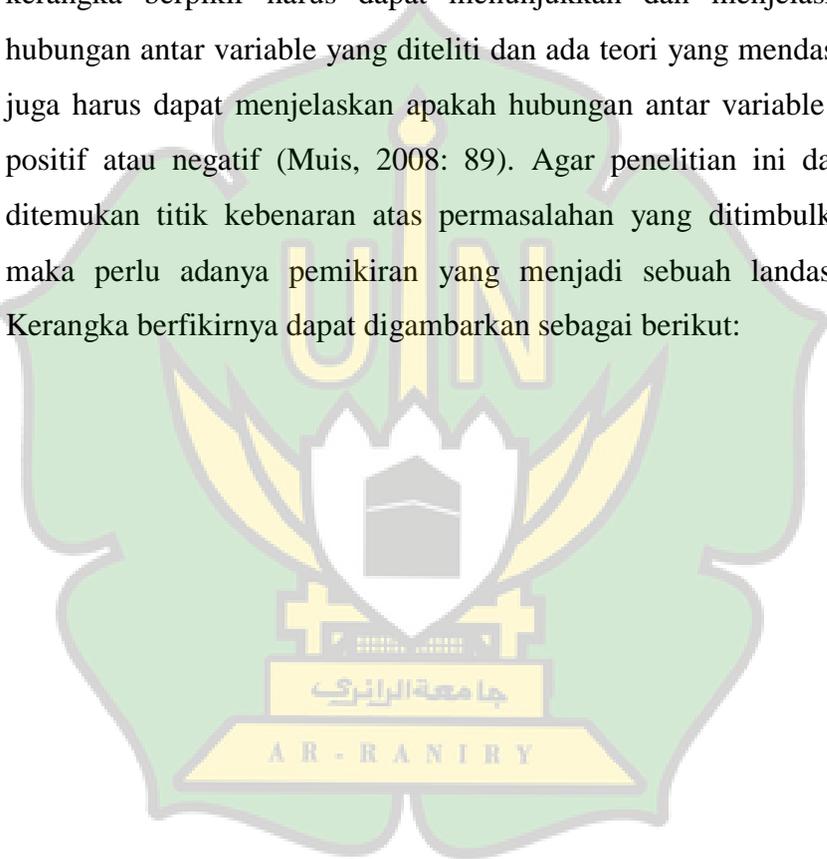
Kamila (2017) melakukan penelitian pada bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta. Dan membahas tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan metode kuantitatif. Temuan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam penelitiannya adalah kualitas produk, yaitu kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya selanjutnya kualitas pelayanan, merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

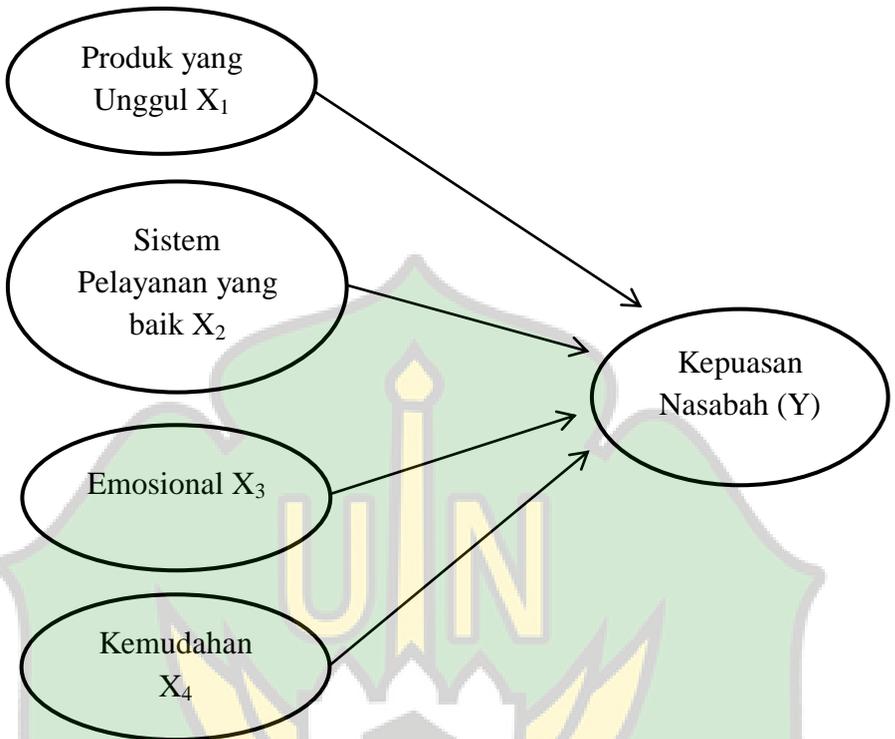
Penelitian yang dilakukan oleh Solihah (2011) membahas tentang analisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap peningkatan dana pihak ke tiga (DPK) dan pembiayaan yang diberikan (PYD). Dan melakukan penelitian pada bank syariah mandiri cabang Serang dengan menggunakan metode kualitatif. Temuan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, dan kemudahan. yang dapat dianggap penting dan berpengaruh sangat besar untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya

merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan (Rodomi, 2010: 15). Kerangka berpikir yang baik, memuat hal-hal seperti yang diteliti harus dijelaskan, diskusi dalam kerangka berpikir harus dapat menunjukkan dan menjelaskan hubungan antar variable yang diteliti dan ada teori yang mendasari juga harus dapat menjelaskan apakah hubungan antar variable itu positif atau negatif (Muis, 2008: 89). Agar penelitian ini dapat ditemukan titik kebenaran atas permasalahan yang ditimbulkan, maka perlu adanya pemikiran yang menjadi sebuah landasan. Kerangka berfikirnya dapat digambarkan sebagai berikut:





Sumber: Data diolah kembali (2019)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah, dalam penelitian ini disebut sebagai (Y).
2. Variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat, variabel bebas dalam hal ini adalah faktor produk

yang unggul (X_1), sistem pelayanan yang baik (X_2), emosional (X_3) dan kemudahan (X_4).

2.5.1 Pengaruh Produk yang Unggul, Sistem Pelayanan yang Baik, Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Produk pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu produk dari PT Bank Aceh Syariah yang menyalurkan dana kepada nasabah melalui akad jual beli. Selama ini, produk *murabahah* menjadi salah satu produk unggulan pada Bank Aceh Syariah. Dari hasil data yang penulis himpun dari beberapa sumber salah satunya *anual report* Bank Aceh menunjukkan bahwa jumlah anggaran pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2017. Penurunan pembiayaan tersebut menurut dugaan awal penulis disebabkan oleh adanya ketidakpuasan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Kemudian tingkat kepuasan nasabah tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional, dan kemudahan (Solihah, 2011).

Produk yang unggul adalah produk utama yang banyak diminati oleh nasabah dikarenakan inovasi, harga yang terjangkau, kuantitas atau persediaan yang mencukupi, saluran distribusi yang mudah, dan kualitas produk yang lebih baik. Sistem pelayanan yang baik merupakan kesatuan proses yang dapat diakses oleh nasabah dengan kecepatan dalam pelayanan, fleksibel dalam melakukan transaksi, penggunaan teknologi yang canggih,

kemudahan dalam memperoleh apa yang dibutuhkan oleh nasabah dan memberikan perhatian secara personal kepada nasabah. Emosional adalah keadaan perasaan nasabah ketika sesudah mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Kemudahan adalah suatu keadaan dimana nasabah dapat memperoleh atau mengakses kebutuhannya terkait dengan produk *murabahah*.

Tingkat kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan. Produk yang unggul merupakan produk yang banyak diminati oleh nasabah sehingga secara otomatis dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sistem pelayanan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan sistem pelayanan yang baik merupakan hal yang paling utama diperhatikan oleh nasabah terutama pada perusahaan jasa khususnya perbankan, jika sistem pelayanannya baik maka nasabah akan tertarik dengan produk yang ditawarkan dan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Emosional juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan nasabah akan merasa bangga karena sudah memakai produk tersebut dan dia secara tidak langsung akan merekomendasikan keteman-teman terdekatnya untuk menggunakan produk yang sama terutama produk pembiayaan *murabahah* yang terbebas dari riba ini. Selanjutnya, kemudahan dalam akses atau kemudahan dalam memperoleh suatu produk juga sangat mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan nasabah dikarenakan, nasabah sekarang ini pada umumnya lebih

memilih produk yang mudah diakses dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Kamila, 2017).

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya. Dari judul penelitian ini terlihat bahwa ada empat variabel yaitu faktor produk yang unggul (X_1), sistem pelayanan yang baik (X_2), emosional (X_3) dan kemudahan (X_4), adapun yang menjadi rumusan hipotesis dalam penelitian adalah:

1. Variabel produk yang unggul

H₁: Faktor produk yang unggul berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

2. Variabel sistem pelayanan yang baik

H₂: Faktor sistem pelayanan yang baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

3. Variabel emosional

H₃: Faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan

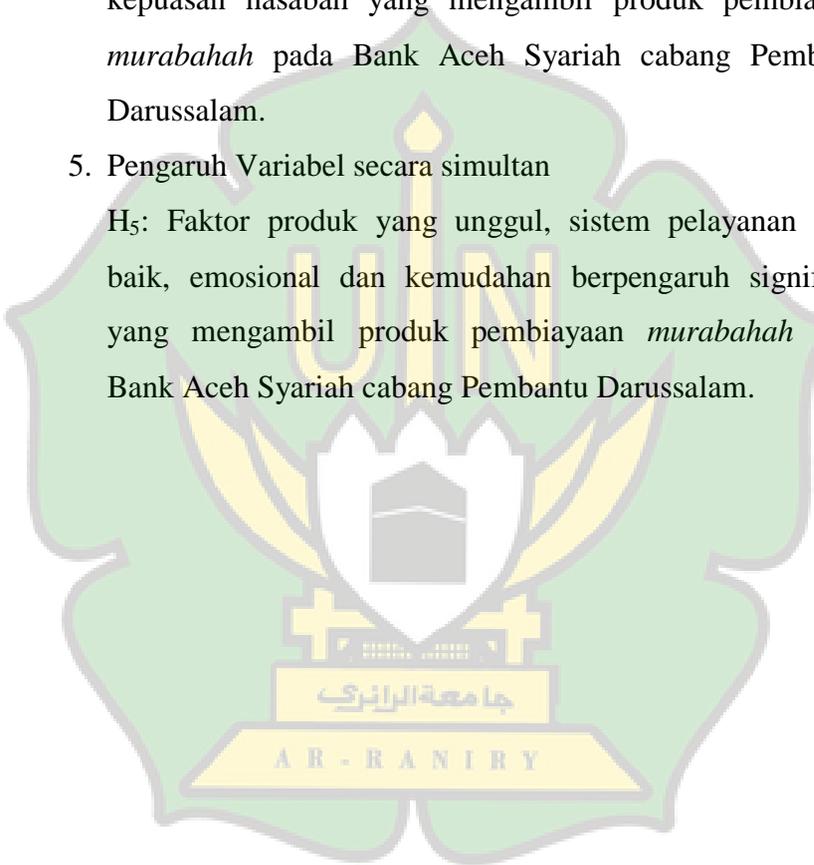
murabahah pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

4. Variabel kemudahan

H₄: Faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

5. Pengaruh Variabel secara simultan

H₅: Faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan berpengaruh signifikan yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan metode kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di PT. Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

3.3 Jenis Data dan Sumber data:

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data antara lain:

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dilapangan yang dilakukan oleh penulis atau orang yang melakukan penelitian (Umar, 2008: 42). Dalam hal ini, data yang penulis peroleh langsung dari responden melalui kuisisioner dan wawancara peneliti dengan narasumber.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh oleh peneliti atau orang yang memerlukan melalui sumber-sumber yang telah ada (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini penulis membutuhkan data-data berupa dari literatur-literatur kepustakaan, seperti skripsi, jurnal, artikel, buku dan dokumen yang bersangkutan dengan penelitian yang dilakukan. Data ini penulis gunakan sebagai data pelengkap dari data primer.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiono, 2014). Agar memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya, lengkap dan relevan, maka dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah

3.4.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawab, yang menjadi responden pada penelitian ini adalah nasabah yang pernah mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

3.5 Data dan Teknik Perolehannya

3.5.1 Jenis Data

Sumber data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan data Primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data dari penelitian adalah dengan menggunakan data primer yaitu nasabah yang pernah mengambil produk pembiayaan pada PT Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

3.5.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah mengambil produk pembiayaan murabahah pada tahun 2018 berjumlah 976 nasabah.

Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Metode sampling yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode Non probabilty Sampling dengan teknik sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono: 2014).

Penentuan besarnya jumlah sampel dicari dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e^2 = batas kesalahan (10%)

$$n = \frac{976}{1+976(10\%)^2} = 90,70 = 91$$

Sehingga dengan rumus ini dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 91 nasabah.

3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014: 120) Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Macam macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang kemudian diubah menjadi skala interval yaitu menggunakan MSI atau *method of Successive Interval* dengan menggunakan skala likert sebagai teknik penskalaan. Skala ordinal disebut skala peringkat. Angka yang digunakan hanya menentukan posisi dalam suatu seri yang urut, bukan nilai absolut, namun angka tersebut tidak dapat

ditambahkan, dikurangi, dikalikan maupun dibagi (tidak berlaku operasi matematika).

Menurut Sugiyono (2014 : 132) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala pengukuran dalam penelitian dapat disajikan dalam Tabel 3.1

Tabel 3.1
Tabel Pengukuran Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai

atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau suatu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2014: 58). Variabel penelitian terdiri dari dua kelompok utama yaitu sebagai berikut:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2014: 59). Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini ada 4 yaitu faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan .

3.7.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2014) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel Dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang pernah mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi

mereka. Ringkasan definisi dan operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Definisi dan Indikator variabel Dependen

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1	Faktor Produk yang Unggul	produk yang unggul adalah produk yang memiliki kualitas yang bagus dibandingkan produk-produk yang lain (Kamila,2017)	-kualitas yang baik -jumlah persediaan yang mencukupi -diutamakan	Diukur melalui kuisioner (angket) dengan menggunakan skala likert
2	Sistem Pelayanan yang baik	Kualitas layanan adalah kecepatan dalam pelayanan fleksibilitas dalam melakukan transaksi, penggunaan teknologi yang canggih, kemudahan dalam memperoleh apa yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara personal	-kecepatan dalam pelayanan -fleksibel/ transparan -perhatian secara personal	Diukur melalui kuisioner (angket) dengan menggunakan skala likert
3	Emosional	adalah konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk tersebut	-bangga -minat - rekomendasi -bermanfaat	Diukur melalui kuisioner (angket) dengan menggunakan skala likert
4	Kemudahan	adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah untuk memperoleh suatu produk memperoleh suatu produk	-cepat -nyaman -mudah dipahami -akses mudah	Diukur melalui kuisioner (angket)

Tabel Lanjutan 3.2

5	Kepuasan	tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan	-Layanan sesuai dengan kebutuhan -Kualitas produk sesuai dengan yang diarpakan -Kualitas produk sesuai	Diukur melalui kuisisioner (angket) dengan menggunakan skala likert
---	----------	---	--	---

3.8 Metode Analisa Data

Menurut Emzir (2012: 85) analisa data adalah suatu pekerjaan yang melibatkan data, penyusunan dan melakukan pemecahan data ke dalam unit-unit yang dapat ditangani penyimpulannya, pencarian pola-pola, penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, serta pembuatan keputusan apa yang akan peneliti katakan kepada orang lain.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Noor (2013: 132) validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi product moment dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau

menggunakan SPSS untuk mengujinya. Secara sederhana pengukuran validitas dapat dilakukan dengan empat cara: (1) melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk, (2) uji validitas dengan perbandingan t hitung dan t tabel, (3) uji validitas dengan perbandingan r hitung dan r tabel, dan (4) uji analisis faktor (Sunyoto: 2012).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Noor (2013:130) mengatakan realibilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan/uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.

Uji reliabilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dengan membandingkan antara nilai *cronbach's alpha* dan taraf keyakinan (*coefficients of confidence/CC*). *Cronbach's alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain, dengan ketentuan sebagai berikut: (1) jika $CC < cronbach's alpha$, item pertanyaan reliabel (konsisten). (2) jika CC

> *cronbach's alpha*, item pertanyaan tidak reliabel (tidak konsisten).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Umar (2011: 181) uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Uji normalitas dapat dilihat dengan 3 cara salah satunya adalah dengan cara grafik histogram dan normal probability plots. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika garis data riil mengikuti garis diagonal (Sunyoto, 2012).

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Sunyoto, 2012: 131) uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas/independen, dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). dikatakan terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60 ($r > 0,60$). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0.60$).

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunyoto (2012: 135) Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari obeservasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/ berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji scatterplot sehingga dilihat dari penyebaran data bukan dari tingkat signifikansi, dengan kriteria jika terjadi penyebaran dan tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistika yang digunakan untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

X₁ = variabel faktor produk yang unggul

X₂ = variabel faktor sistem pelayanan yang baik

- X_3 = variabel faktor emosional
 X_4 = variabel faktor kemudahan
 e = margin of eror

3.10 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris (Sugiyono, 2014). Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Hipotesis dikategorikan menjadi dua yaitu:

1. Hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
2. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Muis (2009) uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t

tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara produk yang unggul (X_1) sistem pelayanan yang baik (X_2) emosional (X_3) dan kemudahan (X_4), terhadap kepuasan nasabah yang pernah mengambil produk pembiayaan *murabahah* di bank Aceh Syariah cabang Pembantu Darussalam.

3.10.3 Uji Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2014) uji koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank Milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan surat keputusan nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 september 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000 (www.bankaceh.co.id).

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah 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 Atjeh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank Pemerintah Daerah yang

sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 pemerintah daerah provinsi Istimewa Aceh membuat peraturan daerah No. 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 tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (www.bankaceh.co.id).

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah

Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999 (www.bankaceh.co.id).

Perubahan bentuk badan hukum 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.

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar. Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 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 disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010. Bank juga memulai aktivitas 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 komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan

tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh ([www. Bank Aceh.co.id](http://www.BankAceh.co.id)).

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 perihal pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak diseluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Samapai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 kantor pusat, 1 kantor

pusat operasional, 25 kantor cabang, 86 kantor cabang pembantu, 20 kantor kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua kantor cabang, dua kantor cabang pembantu, dan satu kantor kas), dan 17 *Payment Point* (www.bankaceh.co.id).

4.2 Visi Misi dan Moto PT. Bank Aceh Syariah

Selaras dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam Corporate Plan PT. Bank Aceh Syariah Tahun 2018 – 2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya ([www. Bank Aceh.co.id](http://www.BankAceh.co.id)).

4.2.1 Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia” - R A N I R Y

4.2.2 Misi

- Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
- Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi

- Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (syumul).
- Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.2.3 Moto / Corporate Image

Kepercayaan dan Kemitraan.

“Kepercayaan” adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

“Kemitraan” adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan ([www. Bank Aceh.co.id](http://www.BankAceh.co.id)).

4.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada bagian ini penulis akan membahas mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Data tersebut diambil dari masing-masing responden, pengumpulan data responden ini dilakukan menggunakan *simple random sampling*,

yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Penelitian ini dilakukan pada seluruh nasabah PT Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Keterangan	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki laki	46	50.5%
		Perempuan	45	49.5%
		Total	91	100%
2	Usia	26-35 tahun	36	39.6%
		36-50 tahun	55	60.4%
		Total	91	100%
3	Pendidikan Terakhir	SMA/MAN	4	4.4%
		D3	32	35.2%
		S1	55	60.4%
		Total	91	100%
4	Pekerjaan	Wiraswasta	6	6.60%
		Pegawai negeri	81	89%
		Pegawai Swasta	4	4.4%
		Total	91	100%

Sumber: Data diolah (2019)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin proporsi responden yang terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu 46 responden sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 responden.

Berdasarkan tabel diatas jika ditinjau melalui usia maka responden yang berusia 26 tahun-35 tahun yang paling banyak yaitu 36 responden, kemudian diikuti responden yang berumur 36 tahun-50 tahun sebanyak 55 responden.

Dalam hal ini juga ditinjau dari segi pendidikan terakhir, responden yang berpendidikan SMA/MAN yakni 4 responden, responden yang berpendidikan D3 yaitu 32 responden, responden yang berpendidikan S1 adalah responden yang paling banyak yaitu 55 responden, proporsi responden terkecil adalah responden yang berpendidikan SMA/MAN.

Selanjutnya berdasarkan dari segi pekerjaan proporsi terbanyak responden yang pekerjaannya PNS yaitu sebanyak 81 responden kemudian diikuti responden yang pekerjaannya wiraswasta yakni 6 responden kemudian responden yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta yakni 4 responden.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika suatu pernyataan pada kuisisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. pernyataan atau instrumen dalam kuisisioner dikatakan valid jika r hitung lebih besar daripada r tabel hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Produk Yang Unggul (X_1)

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Vaiabel Produk Yang Unggul	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Soal 1	0,767	0,2061	Valid
Soal 2	0,685		Valid
Soal 3	0,786		Valid
Soal 4	0,662		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel (X_1) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

2. Sistem Pelayanan Yang Baik (X_2)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel X_2

Sistem Pelayanan Yang Baik	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Soal 1	0,743	0,2061	Valid
Soal 2	0,682		Valid
Soal 3	0,765		Valid
Soal 4	0,719		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.3 diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada soal ke-1 hingga soal ke-4 adalah valid dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,197.

3. Emosional (X_3)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel X_3

Vaiabel Produk Yang Unggul	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Soal 1	0.692	0,2061	Valid
Soal 2	0,808		Valid
Soal 3	0,791		Valid
Soal 4	0,768		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.4 diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel emosional (X_3) menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada soal ke-1 hingga soal ke-4 adalah valid dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,197.

4. Kemudahan (X_4)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel X_4

Kemudahan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Soal 1	0,746	0,2061	Valid
Soal 2	0,693		Valid
Soal 3	0,753		Valid
Soal 4	0,707		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel (X_4) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

5. Kepuasan (Y)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Kemudahan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Soal 1	0,674	0,2061	Valid
Soal 2	0,758		Valid
Soal 3	0,693		Valid
Soal 4	0,657		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.6 diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel kepuasan (Y) menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada soal ke-1 hingga soal ke-4 adalah valid dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu sebesar 0,197.

4.5 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika nilai *coefficients cronbach's alpha* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X1	0,60	0,702
X2		0,694
X3		0,765
X4		0,691
Y		0,639

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

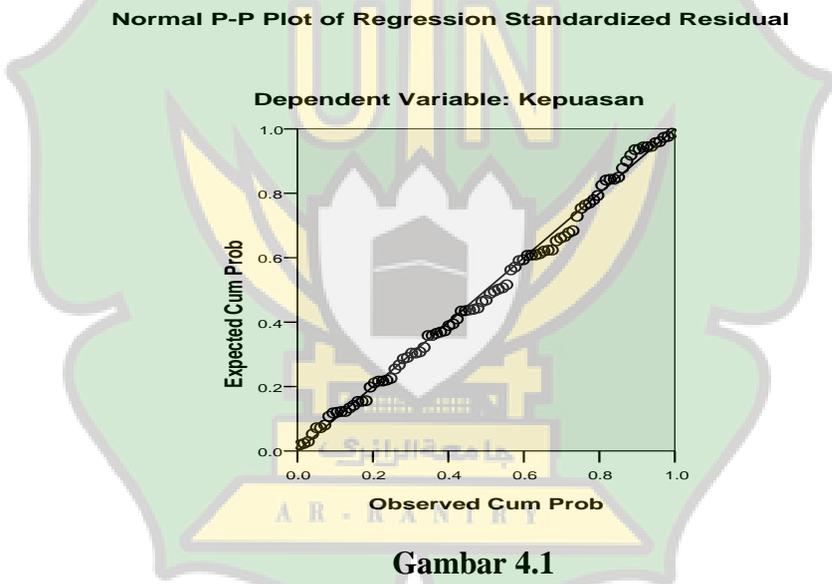
Pada Tabel 4.7 menjelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel produk yang unggul (X1) yaitu sebesar 0,702, sistem pelayanan yang baik (X2) sebesar 0,694, nilai variabel emosional (X3) sebesar 0,765, nilai variabel kemudahan sebesar 0,691 dan nilai variabel kepuasan (Y) sebesar 0,639. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap tiap variabel $> 0,60$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk mengolah data tersebut. Adapun uji asumsi klasiknya sebagai berikut:

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Dalam penelitian uji normalitas yang digunakan adalah kurva penyebaran P-Plot. Berdasarkan hasil pengujian normalitas, data model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar 4.1.



Sumber: Data diolah SPSS (2019)

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya koreasi antar variabel bebas (independen). Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang

nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Varian inflation Factor*). Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* lebih dari 1 dan nilai VIF lebih dari 1, maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) ndan *tolerance*, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Produk yang Unggul (X_1)	0,775	1,290
Sistem Pelayanan yang Baik (X_2)	0,944	1,059
Emosional (X_3)	0,800	1,251
Kemudahan (X_4)	0,847	1,180

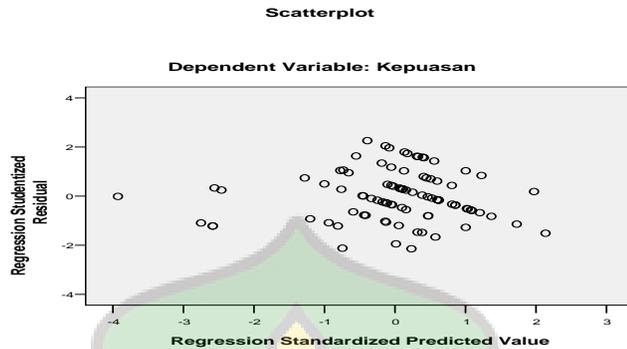
Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan uji multikolinieritas pada tabel 4.8, diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel Produk yang Unggul (X_1) adalah 0,775 yaitu mendekati 1, Sistem Pelayanan yang Baik (X_2) adalah 0,944 yaitu mendekati 1, Emosional (X_3) adalah 0,800 yaitu mendekati dan Kemudahan (X_4) adalah 0,847 yaitu mendekati 1. Sedangkan nilai VIF Produk yang Unggul (X_1) adalah 1,290 yaitu

sekitar angka 1 atau tidak lebih dari 10, Sistem Pelayanan yang Baik (X_2) adalah 1,059 yaitu sekitar angka 1 atau tidak lebih dari 10, Emosional (X_3) adalah 1,251 yaitu sekitar angka 1 atau tidak lebih dari 10, Kemudahan (X_4) adalah 1,180 yaitu sekitar angka 1 atau tidak lebih dari 10. Maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

4.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara menguji asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat dengan grafik *scatterplot* atau dengan uji *glejser*. Uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot* melihat jika penyebaran data pada grafik teratur dan membentuk pola tertentu, maka menjadi masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika penyebaran data pada grafik tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, di mana hasilnya sebagai berikut:



Gambar 4.2
Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa penyebaran data pada grafik *scatterplot* tidak teratur tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.

4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik,

emosional, dan kemudahan sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan nasabah. Model linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Analisis regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	.591	.478		1.236	.220
Produk yang Unggul	.187	.090	.191	2.078	.041
Sistem Pelayanan yang Baik	.173	.069	.210	2.514	.014
Emosional	.295	.077	.346	3.811	.000
Kemudahan	.225	.082	.240	2.726	.008

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \text{ Produk yang Unggul} + b_2 \text{ Sistem Pelayanan yang baik} + b_3 \text{ Emosional} + b_4 \text{ Kemudahan} + e$$

$$Y = 0,591 + 0,187 + 0,173 + 0,295 + 0,225$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

X₁ = variabel faktor produk yang unggul

X₂ = variabel faktor sistem pelayanan yang baik

X₃ = variabel faktor emosional

X_4 = variabel faktor kemudahan

e = margin of eror

Berdasarkan model (4.9) maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut:

- Konstanta (α) yang didapat adalah sebesar 0,591
- Nilai koefisien variabel produk yang unggul (X_1) adalah sebesar 0,187. Hal ini menyatakan bahwa variabel produk yang unggul (X_1) berpengaruh positif
- Nilai variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) adalah sebesar 0,173. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) berpengaruh positif
- Nilai variabel emosional (X_3) adalah sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa variabel emosional (X_3) berpengaruh positif
- Nilai variabel kemudahan (X_4) adalah sebesar 0,225. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X_4) berpengaruh positif

4.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan dependen. Untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan maka perlu dilakukan uji t dan uji f untuk melihat pengaruh produk yang unggul sistem pelayanan

yang baik emosional dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.

4.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan $< (0,05$ atau 5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> (0,05$ atau 5%), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10
Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	.591	.478		1.236	.220
Produk yang Unggul	.187	.090	.191	2.078	.041
Sistem Pelayanan yang Baik	.173	.069	.210	2.514	.014
Emosional	.295	.077	.346	3.811	.000
Kemudahan	.225	.082	.240	2.726	.008

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa:

1. Hipotesis 1

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel produk yang unggul (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2.078, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2.078 > 1,662$) dengan nilai signifikan sebesar 0,041, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,041 < 0,05$) maka H_a diterima artinya bahwa variabel produk yang unggul (X_1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, yaitu sebesar 2.078, artinya berpengaruh signifikan.

2. Hipotesis 2

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2.514, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2514 > 1,662$) dengan nilai signifikan sebesar 0,014, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,014 < 0,05$) maka H_a diterima artinya bahwa variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, yaitu sebesar 2.514, artinya berpengaruh signifikan.

3. Hipotesis 3

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel emosional (X_3) memperoleh nilai t hitung

sebesar 3.811, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3.811 > 1,662$) dengan nilai signifikan sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$) maka H_a diterima artinya bahwa variabel emosional (X_3) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, yaitu sebesar 3.811, artinya berpengaruh signifikan.

4. Hipotesis 4

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan (X_4) memperoleh nilai t hitung sebesar 2.726, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2.726 > 1,662$) dengan nilai signifikan sebesar 0.008, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0.008 < 0,05$) maka H_a diterima artinya bahwa variabel kemudahan (X_4) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, yaitu sebesar 2.726, artinya berpengaruh signifikan.

4.8.2 Uji F (Simultan) - RANIRY

Uji simultan (uji f) adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan terhadap kepuasan

nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam. F hasil perhitungan selanjutnya akan dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ (5%)
- H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ (5%)

Tabel 4.11
Uji F (simultan)
Anova^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7,354	4	1,839	16,526	.000 ^a
Residual	9,568	86	.111		
Total	16,922	90			

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.11 bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 artinya $0,000 < 0,05$ Sedangkan nilai F hitung sebesar $16,526 > F_{tabel}$ sebesar 2,47 ($16,526 > 2,47$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan variabel produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.9 Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen R^2 pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independen, dimana semakin banyak variabel independen yang terlibat, maka semakin besar nilai R^2 pada analisis regresi berganda. Nilai koefisien determinasi digunakan *R Square*, untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Koefisien determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.659 ^a	.435	.408	.33354

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil perhitungan R^2 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) dapat diperoleh sebesar 0,435 atau 43,5% artinya variabel independen produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,5% dijelaskan oleh variabel lain.

4.10 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang

Pembantu Darussalam. Berikut ini adalah masing-masing pembahasan dari variabel yang terkait dalam penelitian ini:

4.10.1 Pengaruh Produk yang Unggul Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis secara parsial (uji t) pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel produk yang unggul (X_1) memperoleh nilai t hitung lebih besar bila dibandingkan dengan t tabel dan nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi yang penulis tetapkan. Oleh karena itu, H_a diterima artinya bahwa variabel produk yang unggul (X_1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, artinya berpengaruh signifikan. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamila, (2017) bahwa ia menemukan variabel produk yang unggul berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Produk yang unggul berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dikarenakan produk yang unggul merupakan produk utama, dan produk yang banyak diminati oleh nasabah dikarenakan inovasi, harga yang terjangkau, kuantitas atau persediaan yang mencukupi, dan kualitas produk yang lebih baik. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik produk Bank Aceh Syariah akan diikuti oleh kepuasan nasabah, karena kualitas produk Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga nasabah dapat memenuhi

keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut.

4.10.2 Pengaruh Sistem Pelayanan yang Baik Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis secara parsial (uji t) pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) memperoleh nilai t hitung lebih besar bila dibandingkan dengan t tabel, dan nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi yang penulis tetapkan, maka H_a diterima artinya bahwa variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, berarti berpengaruh signifikan. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Dwi Cahyani (2016), bahwa ia menemukan variabel pelayanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Sistem pelayanan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan sistem pelayanan yang baik merupakan hal yang paling utama diperhatikan oleh nasabah terutama pada perusahaan jasa, khususnya perbankan, jika sistem pelayanan nya baik maka nasabah akan tertarik dengan produk yang ditawarkan dan akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Aceh Syariah Capem Darussalam mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu,

pelayanan yang ramah dan sopan, fasilitas yang lengkap dan pelayanan lainnya.

4.10.3 Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis secara parsial (uji t) pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel emosional (X_3) memperoleh nilai t hitung lebih besar bila dibandingkan dengan t tabel, dan nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan yang penulis tetapkan, maka H_a diterima artinya bahwa variabel emosional (X_3) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, artinya berpengaruh signifikan.

Faktor emosional berpengaruh positif terhadap kepuasan, emosional berkaitan dengan emosi atau perasaan seseorang nasabah akan merasa bangga karena sudah memilih produk tersebut, dan dia secara tidak langsung akan merekomendasikan ke kerabat – kerabatnya untuk memilih produk yang sama terutama produk pembiayaan *murabahah*. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Teresia (2018), bahwa ia menemukan variabel emosional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.10.4 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis secara parsial (uji t) pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan (X_4) memperoleh nilai t hitung lebih besar bila dibandingkan dengan t tabel, dan nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan dengan nilai

signifikan yang penulis tetapkan, maka H_a diterima artinya bahwa variabel kemudahan (X_4) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yang mengambil produk pembiayaan *murabahah*. Nilai t hitung yang diperoleh positif, berarti berpengaruh signifikan. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihah, Siti Ati Almar 'Atus (2011) bahwa ia menemukan variabel kepuasan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kemudahan juga mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan nasabah sekarang ini pada umumnya lebih memilih produk yang mudah diakses dalam memenuhi kebutuhannya dibandingkan dengan produk-produk pembiayaan yang lain yang memiliki sistem yang ribet dalam hal mengurusnya.

4.10.5 Pengaruh Produk yang Unggul, Sistem Pelayanan yang Baik, Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) perhitungan R^2 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) dapat diperoleh sebesar 0,439 atau 43,9% artinya variabel independen produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,1% dijelaskan oleh variabel lain. Sedangkan pengujian hipotesis dengan melihat nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Produk yang unggul berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t), pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel produk yang unggul (X_1) memperoleh t hitung sebesar 2,078 sedangkan t tabel 1,662 ($2,078 > 1,662$), dengan nilai signifikan sebesar 0,041, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,041 < 0,05$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel produk yang unggul (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.
2. Sistem pelayanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t), pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) memperoleh t hitung sebesar 2,514 sedangkan t tabel 1,662 ($2,514 > 1,662$), dengan nilai signifikan sebesar 0,014, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,014 < 0,05$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel sistem pelayanan yang baik (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil

produk pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.

3. Emosional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t), pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel emosional (X_3) memperoleh t hitung sebesar 3,811 sedangkan t tabel 1,662 ($3,811 > 1,662$), dengan nilai signifikan sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel emosional (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.
4. Kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t), pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel kemudahan (X_4) memperoleh t hitung sebesar 2,726 sedangkan t tabel 1,662 ($2,726 > 1,662$), dengan nilai signifikan sebesar 0,008, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kemudahan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah

pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.

5. Produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan nasabah, berdasarkan hasil uji secara bersama-sama (simultan), pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat nilai signifikan yaitu sebesar 0,000 artinya $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji determinasi (R^2) juga menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,435 atau 43,5% artinya variabel independen produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 56,5% dijelaskan oleh variabel yang lain.

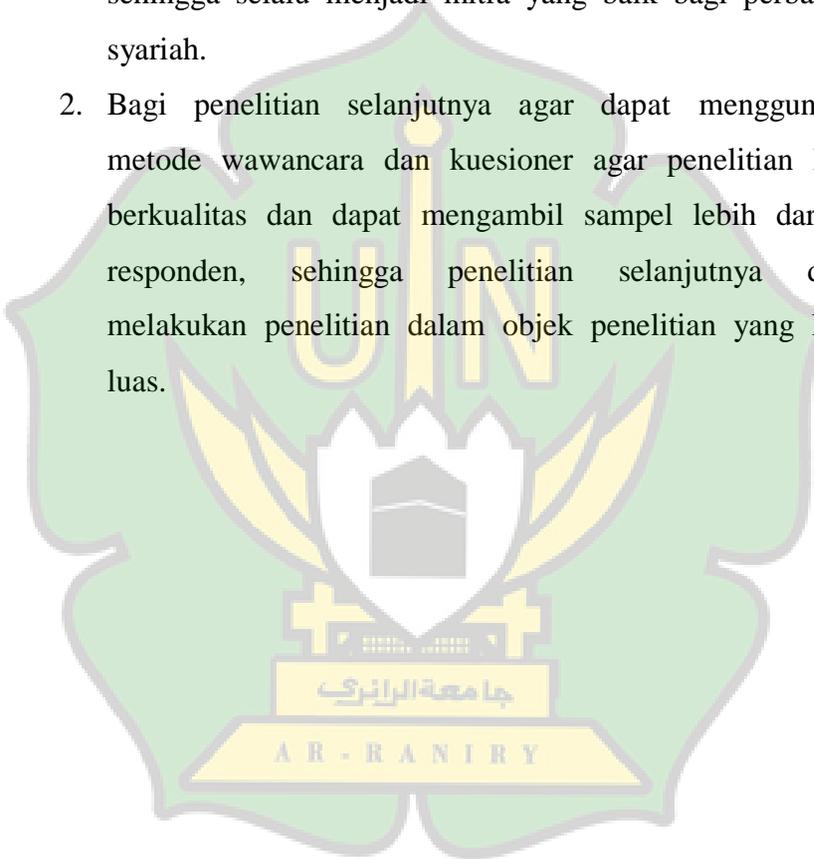
5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada objek penelitian tertentu yaitu kepada nasabah yang mengambil produk pembiayaan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam. Peneliti tidak berani untuk meneliti nasabah yang mengambil pembiayaan secara keseluruhan.

5.3 Saran

1. Kepada PT. Bank Aceh Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas produknya guna untuk meningkatkan emosional nasabah dan mampu meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga selalu menjadi mitra yang baik bagi perbankan syariah.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan metode wawancara dan kuesioner agar penelitian lebih berkualitas dan dapat mengambil sampel lebih dari 91 responden, sehingga penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dalam objek penelitian yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahannya. (2008) Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro
- Arikunto, Suharsimi.(2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azzuhaili, Wahbah. (1997) *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Depok: Gema Insani
- Ambia, Warisatul. (2018). Skripsi. *Pola Penyaluran Produk Murabahah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh*.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya, (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Bank Aceh.co.id. (2018). “*Annual Report Bank Aceh Syariah*”, Diakses 18 Desember 2018 dari <https://www.bankaceh.co.id>.
- Bank Aceh.co.id. (2019). “*Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah*”, diakses 20 Juli 2019 dari <https://www.bankaceh.co.id>.
- Cahyani, Dwi Putri. (2016). Skripsi. *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*.
- Dewan Syariah Nasional MUI dan Bank Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*.(2005).

- Gerson, F, Richard. (2002). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cet II (diterjemahkan oleh: Hes Widyaningrum).
- Hasan, Nurul Ikhsan. (2014). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Referensi.
- Indonesia, PA (2008) *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*.
- Kamila, Intan. (2017). Skripsi. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug*. Uin Syarif Hidayatullah
- Karim, Adiwarmans Azwar. (2007) *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* Edisi Ketiga Jakarta : Rajawali Pres.
- Kasmir. (2000) *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (2010) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Krismanto, Adi. (2009). Tesis. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*. Universitas Diponegoro.
- Lane Kevin, dan Kotler, Philip. (2010) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Manan, Abdul. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah; Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenada media Group
- Muis, Moh. Sidiq Priadana Saludin. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Nasrun, Haroen. (2007) *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Gaya Media Pratama.

- Nisa, Siti Ainun. (2016). Skripsi . *Kelemahan Produk Murabahah Pada Bank Syariah*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Noor, Juliansyah. (2013) *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Rianto, M. Nur Al Arif. (2010). *Dasar-dasar pemikiran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Saeed, Abdullah (2003). *Bank Islam Dan Bunga, Studi Kritis Dan Interpretasi Kontenporer Tentang Riba Dan Bunga*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sari, Novita Dewa Ayu. (2016). Skripsi. *Faktor-Faktor Jasa Pelayanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Universitas Udayana.
- Siregar. (2017). *Skripsi. Analisis Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Sumut Cabang Padang Sidempuan*. Universitas Medan Area Medan.
- Solihah, Siti Almar Autus. (2011). Skripsi. *Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Peningkatan Dana Pihak ketiga dan Pembiayaan yang Diberikan (Studi di Bank Syariah Mandiri Cabang Serang) Uin Syarif Hidayatullah..*
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (1997). *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo.

- Syubair, Usman Muhammad. (1992). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, Dalam Beberapa Aspek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: P3EI-FE-UII. Tiara Wacana.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validas dan Asumsi klasik*. Yogyakarta: Gava Media
- Teresia. (2018). Skripsi. *Analisi Faktor- Yaktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Industri Salon di Tajem Yogyakarta)*
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*.
- Wirduyaningsih. (2007) *Bank Dan Asuransi Islam di Indonesia* Predana Media Group.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr (i) Responden

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya adalah mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang sedang melakukan penelitian di Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang pembantu Darussalam ”.

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui apakah faktor faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.

Saya memohon dengan hormat Bapak/Ibu/Sdr (i) agar sudi kiranya meluangkan waktu untuk mengisi jawaban lembar kuesioner ini sesuai dengan hati nurani yang ikhlas.

Semua data Bapak/Ibu/Sdr (i) akan saya rahasiakan dan tidak perlu menulis nama pada lembar kuesioner ini.

Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

TTD,

Joni Siswandi

DAFTAR PERTANYAAN

I. Karakteristik Responden

Silanglah (X) jawaban-jawaban berikut ini sesuai dengan diri Anda

1. Jenis Kelamin Anda:
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Umur Anda:
 - a. 26 tahun – 35 tahun
 - b. 36 tahun – 50 tahun
3. Pendidikan terakhir:
 - a. S2
 - b. S1
 - c. D3
 - d. SMA / MAN
4. Pekerjaan / Status Anda:
 - a. Wiraswasta
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta

II. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda silang (X) pada kotak jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda. 5 kelompok jawaban sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) Skor = 5

- b. Setuju (S) Skor = 4
 c. Ragu-ragu (RR) Skor = 3
 d. Tidak Setuju (TS) Skor = 2
 e. Sangat Tidak Setuju (STS) Skor = 1

Pernyataan di bawah ini adalah informasi tentang faktor produk yang unggul, sistem pelayanan yang baik, emosional dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah yang mengambil produk pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam.

1. PRODUK YANG UNGGUL

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Pembiayaan <i>murabahah</i> merupakan prroduk unggulan di Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam					
2	Produk pembiayaan <i>murabahah</i> merupakan produk yang banyak diminati oleh nasabah diBank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam					
3	Saya tertarik melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> di Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam karena produknya sudah dikenal masyarakat luas dan bebas dari riba					

4	Saya tertarik melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> menjadikan Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam karena memiliki keunggulan produk yang berbeda dengan lembaga keuangan syariah lainnya					
---	--	--	--	--	--	--

2. SISTEM PELAYANAN YANG BAIK

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Selama mengambil pembiayaan <i>murabahah</i> melalui Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam , jarang sekali ditemukan kesalahan pencatatan transaksi yang dilakukan oleh kariawan bagian pembiayaan <i>murabahah</i>					
2	Pada saat melayani, karyawan Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam bersikap ramah dan menyenangkan					
3	Pencatatan transaksi di Bank Aceh Syariah caban pembantu Darussalam					

	berjalan dengan cepat dan tepat					
4	Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam menyediakan berbagai fasilitas transaksi keuangan yang sangat membantu saya					

3. FAKTOR EMOSIONAL

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya akan merekomendasikan Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam sebagai tempat untuk pengambilan produk pembiayaan murabahah kepada relasi dan kolega saya					
2	Saya bangga sudah mengambil produk pembiayaan <i>murabahah</i> Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam					
3	Ketika akan melakukan transaksi pembiayaan <i>murabahah</i> maka					

	saya akan menjadikan Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam menjadi pilihan pertama saya					
4	Produk pembiayaan <i>murabahah</i> sangatlah bermanfaat bagi masyarakat					

4. KEMUDAHAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Selama menjadi nasabah Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam, saya banyak memanfaatkan berbagai fasilitas kemudahan yang ditawarkan					
2	Saya tertarik melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> menjadikan Bank Aceh Syariah cabang pembantu Darussalam karena syarat-syarat dan prosedur pengajuannya sangat mudah					
3	Saya tertarik melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> di Bank Aceh Syariah cabang					

	pembantu Darussalam karena akses menuju lokasi sangatlah mudah dijangkau					
4	Nisbah keuntungan dalam produk pembiayaan murabahah sangatlah mudah dipahami					

5. KEPUASAN

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya akan merasa puas apabila produk pembiayaan <i>murabahah</i> yang saya ambil tersebut sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh perbankan					
2.	Apabila saya sudah merasa puas terhadap produk tersebut maka saya akan mengambil lagi produk tersebut untuk kedua kalinya					
3.	Jika saya sudah merasa puas terhadap produk pembiayaan <i>murabahah</i> maka saya akan merekomendasikan ke kerabat terdekat saya untuk mengambil pembiayaan <i>murabahah</i> juga					
4.	Saya merasa puas mengambil pembiayaan <i>murabahah</i> di Bank Aceh					

	Syariah cabang Darussalam dikarenakan informasi yang diberikan oleh perbankan sangat mudah dimengerti					
--	---	--	--	--	--	--



Lampiran 2: Data Jawaban Pernyataan 91 Responden

1. Variabel Produk yang Unggul (X_1)

NO	Jenis kelamin	1	2	3	4
1.	Lk	4	3	4	5
2.	Pr	5	5	4	3
3.	Lk	4	4	2	4
4.	Pr	3	3	4	4
5.	Lk	4	4	2	3
6.	Lk	3	3	4	4
7.	Lk	5	5	5	5
8.	Pr	5	4	4	5
9.	Lk	4	4	4	4
10.	Pr	4	4	2	3
11.	Pr	5	5	4	4
12.	Lk	5	5	4	5
13.	Pr	5	4	4	5
14.	Lk	5	4	4	5
15.	Pr	5	5	5	5
16.	Pr	5	4	4	5
17.	Pr	5	5	5	5
18.	Pr	5	5	4	4
19.	Lk	5	5	5	5
20.	Pr	5	5	5	4
21.	Lk	3	4	3	4
22.	Lk	5	5	4	5
23.	Pr	5	4	4	5
24.	Lk	5	4	5	5
25.	Lk	5	4	5	4
26.	Pr	5	4	4	5
27.	Pr	5	4	5	4
28.	Lk	5	5	5	5
29.	Lk	5	5	5	4
30.	Pr	4	5	5	5
31.	Pr	5	5	4	5

32.	Pr	5	5	4	5
33.	Pr	5	4	4	4
34.	Pr	4	4	3	3
35.	Pr	5	4	4	5
36.	Lk	5	5	5	5
37.	Pr	5	4	4	5
38.	Pr	4	4	3	4
39.	Lk	4	5	5	4
40.	Pr	5	4	3	4
41.	Pr	5	5	5	5
42.	Lk	5	5	4	5
43.	Pr	2	4	3	4
44.	Lk	5	5	4	4
45.	Lk	5	5	4	4
46.	Lk	5	5	4	4
47.	Pr	5	5	4	4
48.	Lk	5	5	4	4
49.	Lk	5	5	4	4
50.	Lk	4	4	5	5
51.	Lk	5	4	4	5
52.	Pr	5	5	4	4
53.	Lk	5	5	4	5
54.	Pr	5	4	4	5
55.	Lk	5	5	4	4
56.	Pr	4	5	4	4
57.	Pr	4	4	4	5
58.	Lk	5	5	5	5
59.	Lk	4	5	5	5
60.	Pr	5	5	5	4
61.	Pr	4	4	4	4
62.	Lk	4	4	4	5
63.	Pr	5	5	4	4
64.	Lk	4	4	4	4
65.	Pr	5	5	5	4
66.	Lk	4	4	4	4
67.	Pr	5	5	5	5

68.	Pr	5	4	4	4
69.	Lk	4	4	4	4
70.	Lk	4	4	5	5
71.	Pr	5	5	4	4
72.	Lk	4	4	5	4
73.	Lk	4	4	3	4
74.	Lk	5	5	4	4
75.	Pr	5	5	5	5
76.	Pr	4	4	4	4
77.	Lk	4	5	4	4
78.	Lk	5	5	5	5
79.	Pr	5	5	4	4
80.	Pr	4	4	4	4
81.	Lk	5	4	5	5
82.	Pr	5	4	4	4
83.	Lk	4	4	4	4
84.	Lk	4	4	4	4
85.	Pr	5	5	4	5
86.	Lk	4	4	4	4
87.	LK	5	5	4	5
88.	Lk	5	5	5	5
89.	Pr	4	4	4	4
90.	Lk	5	4	4	5
91.	Pr	4	4	4	5

2. Variabel Sistem Pelayanan yang Baik (X_2)

NO	Jenis kelamin	1	2	3	4
1.	Lk	4	4	3	2
2.	Pr	2	5	4	3
3.	Lk	4	4	4	4
4.	Pr	4	4	4	3
5.	Lk	4	4	4	4
6.	Lk	4	4	4	3
7.	Lk	2	5	4	4
8.	Pr	5	5	4	5

9.	Lk	5	5	5	5
10.	Pr	4	3	4	3
11.	Pr	2	4	3	3
12.	Lk	3	2	4	4
13.	Pr	2	2	4	5
14.	Lk	3	2	4	3
15.	Pr	5	5	5	5
16.	Pr	5	5	4	4
17.	Pr	5	4	4	4
18.	Pr	4	5	5	4
19.	Lk	3	4	4	5
20.	Pr	4	5	4	5
21.	Lk	5	4	4	4
22.	Lk	4	4	5	5
23.	Pr	3	5	5	5
24.	Lk	4	4	4	4
25.	Lk	4	4	5	5
26.	Pr	4	4	4	5
27.	Pr	4	4	5	4
28.	Lk	5	4	5	5
29.	Lk	5	5	5	5
30.	Pr	3	5	5	4
31.	Pr	5	4	4	4
32.	Pr	3	3	4	4
33.	Pr	5	5	4	4
34.	Pr	4	4	4	4
35.	Pr	4	3	4	4
36.	Lk	3	5	4	4
37.	Pr	3	3	4	4
38.	Pr	4	4	4	5
39.	Lk	4	3	5	5
40.	Pr	3	3	4	5
41.	Pr	4	3	4	4
42.	Lk	4	3	4	4
43.	Pr	4	5	4	5
44.	Lk	4	4	5	5

45.	Lk	3	4	3	3
46.	Lk	4	4	3	4
47.	Pr	4	4	3	3
48.	Lk	5	4	3	3
49.	Lk	4	4	5	5
50.	Lk	4	4	3	3
51.	Lk	4	3	4	5
52.	Pr	3	4	3	3
53.	Lk	3	4	4	4
54.	Pr	3	3	4	5
55.	Lk	4	5	5	5
56.	Pr	5	5	4	4
57.	Pr	5	5	5	4
58.	Lk	5	5	5	5
59.	Lk	5	5	5	5
60.	Pr	4	4	4	4
61.	Pr	3	4	3	3
62.	Lk	5	5	4	4
63.	Pr	5	5	5	5
64.	Lk	4	4	4	4
65.	Pr	4	4	4	4
66.	Lk	5	4	4	4
67.	Pr	5	5	5	5
68.	Pr	4	4	4	4
69.	Lk	5	5	4	4
70.	Lk	4	4	5	4
71.	Pr	4	4	4	5
72.	Lk	5	4	5	5
73.	Lk	4	4	4	4
74.	Lk	4	4	4	5
75.	Pr	4	5	4	4
76.	Pr	4	5	5	4
77.	Lk	4	4	4	4
78.	Lk	5	5	5	5
79.	Pr	4	4	4	4
80.	Pr	4	4	4	4

81.	Lk	5	5	5	5
82.	Pr	5	5	5	5
83.	Lk	5	4	4	5
84.	Lk	4	5	4	4
85.	Pr	5	4	4	4
86.	Lk	5	5	4	4
87.	LK	5	5	5	5
88.	Lk	4	4	5	5
89.	Pr	5	5	5	5
90.	Lk	4	4	5	4
91.	Pr	5	4	4	5

3. Variabel Emosional (X_3)

NO	Jenis kelamin	1	2	3	4
1.	Lk	4	4	3	2
2.	Pr	4	5	4	5
3.	Lk	4	2	2	3
4.	Pr	4	3	3	3
5.	Lk	3	2	3	4
6.	Lk	4	3	3	3
7.	Lk	4	5	4	5
8.	Pr	5	5	4	5
9.	Lk	4	4	4	4
10.	Pr	4	2	3	2
11.	Pr	5	5	5	5
12.	Lk	4	5	5	5
13.	Pr	4	5	5	5
14.	Lk	5	4	5	5
15.	Pr	5	4	5	4
16.	Pr	4	5	5	5
17.	Pr	5	5	5	4
18.	Pr	5	5	5	4
19.	Lk	5	5	4	4
20.	Pr	5	5	4	5
21.	Lk	5	5	5	5

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

58.	Lk	5	5	5	5
59.	Lk	4	4	4	4
60.	Pr	4	4	4	4
61.	Pr	4	4	4	4
62.	Lk	4	4	4	4
63.	Pr	4	5	5	4
64.	Lk	4	4	4	4
65.	Pr	5	5	5	5
66.	Lk	4	3	5	5
67.	Pr	5	5	5	4
68.	Pr	4	4	4	4
69.	Lk	5	5	5	5
70.	Lk	4	5	5	4
71.	Pr	4	5	5	5
72.	Lk	4	4	4	4
73.	Lk	4	4	5	5
74.	Lk	5	4	4	4
75.	Pr	4	4	4	4
76.	Pr	5	5	4	5
77.	Lk	4	4	5	5
78.	Lk	4	5	4	3
79.	Pr	4	4	4	4
80.	Pr	5	5	5	5
81.	Lk	4	4	4	5
82.	Pr	4	4	4	4
83.	Lk	4	4	5	5
84.	Lk	5	5	4	5
85.	Pr	5	5	4	4
86.	Lk	4	4	4	5
87.	LK	5	5	5	5
88.	Lk	4	4	4	4
89.	Pr	3	4	4	4
90.	Lk	4	4	4	4
91.	Pr	4	4	4	5

4. Variabel Kemudahan (X_4)

NO	Jenis kelamin	1	2	3	4
1.	Lk	4	3	3	4
2.	Pr	5	3	4	3
3.	Lk	4	4	4	3
4.	Pr	3	3	4	4
5.	Lk	4	4	4	4
6.	Lk	4	3	3	4
7.	Lk	5	5	4	4
8.	Pr	5	5	4	5
9.	Lk	4	4	4	4
10.	Pr	3	4	3	4
11.	Pr	4	5	3	4
12.	Lk	4	4	5	4
13.	Pr	4	5	5	4
14.	Lk	4	5	5	4
15.	Pr	5	5	4	4
16.	Pr	4	4	5	5
17.	Pr	4	5	5	4
18.	Pr	4	5	5	4
19.	Lk	5	4	5	4
20.	Pr	4	5	5	4
21.	Lk	4	4	5	4
22.	Lk	3	4	3	4
23.	Pr	5	4	5	4
24.	Lk	3	4	4	4
25.	Lk	5	4	4	4
26.	Pr	4	4	4	5
27.	Pr	2	3	4	3
28.	Lk	5	5	5	5
29.	Lk	4	5	4	4
30.	Pr	4	5	5	5
31.	Pr	3	4	3	4
32.	Pr	4	4	5	4
33.	Pr	3	4	2	3

34.	Pr	4	5	4	5
35.	Pr	4	5	4	4
36.	Lk	5	5	5	4
37.	Pr	4	4	5	4
38.	Pr	4	4	4	4
39.	Lk	5	4	5	5
40.	Pr	4	5	5	5
41.	Pr	4	5	5	4
42.	Lk	4	4	5	4
43.	Pr	3	3	3	4
44.	Lk	4	5	4	5
45.	Lk	4	5	3	4
46.	Lk	4	5	3	4
47.	Pr	4	5	3	4
48.	Lk	4	5	3	4
49.	Lk	4	5	3	4
50.	Lk	4	4	5	4
51.	Lk	4	4	5	4
52.	Pr	5	4	3	4
53.	Lk	3	4	4	4
54.	Pr	3	4	3	4
55.	Lk	4	4	5	4
56.	Pr	4	4	4	4
57.	Pr	4	5	5	4
58.	Lk	5	5	5	5
59.	Lk	4	4	4	4
60.	Pr	4	4	4	4
61.	Pr	4	4	5	5
62.	Lk	5	4	5	4
63.	Pr	4	4	4	4
64.	Lk	4	4	4	4
65.	Pr	5	5	5	5
66.	Lk	5	5	4	4
67.	Pr	3	5	4	4
68.	Pr	4	4	4	4
69.	Lk	4	4	4	4

70.	Lk	4	4	5	5
71.	Pr	4	4	4	4
72.	Lk	5	5	5	5
73.	Lk	5	4	4	4
74.	Lk	4	5	5	5
75.	Pr	4	4	4	4
76.	Pr	4	3	4	5
77.	Lk	5	5	5	5
78.	Lk	4	4	4	4
79.	Pr	5	4	4	4
80.	Pr	3	4	4	4
81.	Lk	5	5	4	5
82.	Pr	5	5	5	5
83.	Lk	5	4	4	4
84.	Lk	5	5	5	4
85.	Pr	5	5	5	5
86.	Lk	5	5	5	5
87.	LK	5	5	5	5
88.	Lk	5	5	4	4
89.	Pr	4	4	4	4
90.	Lk	4	5	5	5
91.	Pr	5	5	4	4

5. Variabel Kepuasan (Y)

NO	Jenis kelamin	1	2	3	4
1.	Lk	4	4	3	4
2.	Pr	4	4	4	5
3.	Lk	4	3	3	3
4.	Pr	4	3	3	3
5.	Lk	3	4	4	4
6.	Lk	4	3	3	3
7.	Lk	5	4	4	4
8.	Pr	5	4	5	4
9.	Lk	4	4	4	5

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

46.	Lk	4	5	4	4
47.	Pr	5	5	4	4
48.	Lk	5	4	4	4
49.	Lk	5	5	5	4
50.	Lk	4	4	5	4
51.	Lk	5	4	3	5
52.	Pr	3	4	4	4
53.	Lk	3	4	4	4
54.	Pr	4	4	3	5
55.	Lk	4	5	4	5
56.	Pr	5	5	5	5
57.	Pr	5	5	5	5
58.	Lk	5	5	4	4
59.	Lk	5	5	4	4
60.	Pr	4	5	4	4
61.	Pr	4	4	4	5
62.	Lk	5	5	5	5
63.	Pr	5	5	4	5
64.	Lk	3	4	4	4
65.	Pr	4	5	5	4
66.	Lk	4	4	5	3
67.	Pr	5	5	4	4
68.	Pr	5	4	4	5
69.	Lk	5	5	5	5
70.	Lk	5	5	4	5
71.	Pr	5	5	5	5
72.	Lk	4	4	5	5
73.	Lk	5	5	5	5
74.	Lk	5	5	4	4
75.	Pr	5	5	5	5
76.	Pr	5	5	5	5
77.	Lk	4	5	4	5
78.	Lk	4	4	4	4
79.	Pr	4	4	4	4
80.	Pr	4	5	4	5
81.	Lk	5	4	4	4

82.	Pr	4	5	5	4
83.	Lk	5	5	4	4
84.	Lk	4	4	4	4
85.	Pr	5	5	5	5
86.	Lk	5	5	4	5
87.	LK	5	5	5	5
88.	Lk	5	5	5	5
89.	Pr	4	4	4	4
90.	Lk	4	5	5	5
91.	Pr	5	5	5	5



Lampiran 3: Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	50.5	50.5	50.5
	Perempuan	45	49.5	49.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26-35 tahun	36	39.6	39.6	39.6
	36-50 tahun	55	60.4	60.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/MAN	4	4.4	4.4	4.4
	D-III	32	35.2	35.2	39.6
	S-1	55	60.4	60.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulatife Percent
Valid Wiraswasta	6	6.60	6.60	6.60
PNS	81	89.0	89.0	95.6
P. Swasta	4	4.4	4.4	100.0
TOTAL	91		100.0	

Lampiran 4: Uji Validitas

1. Variabel Produk yang Unggul (X_1)

Correlations

		PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	X1
PU 1	Pearson Correlation	1	.549**	.366**	.327**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	91	91	91	91	91
PU 2	Pearson Correlation	.549**	1	.367**	.114	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.282	.000
	N	91	91	91	91	91
PU 3	Pearson Correlation	.366**	.367**	1	.489**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
PU 4	Pearson Correlation	.327**	.114	.489**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.002	.282	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X1	Pearson Correlation	.767**	.685**	.786**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

2. Variabel Sistem Pelayanan yang Baik (X_2)

Correlations

		PB 1	PB 2	PB 3	PB 4	X2
PB 1	Pearson Correlation	1	.428**	.341**	.305**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.000
	N	91	91	91	91	91
PB 2	Pearson Correlation	.428**	1	.325**	.187	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.076	.000
	N	91	91	91	91	91
PB 3	Pearson Correlation	.341**	.325**	1	.661**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
PB 4	Pearson Correlation	.305**	.187	.661**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.003	.076	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X2	Pearson Correlation	.743**	.682**	.765**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

3. Variabel Emosional (X_3)

Correlations

		E 1	E 2	E 3	E 4	X3
E 1	Pearson Correlation	1	.541**	.326**	.318**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.002	.000
	N	91	91	91	91	91
E 2	Pearson Correlation	.541**	1	.507**	.419**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
E 3	Pearson Correlation	.326**	.507**	1	.575**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
E 4	Pearson Correlation	.318**	.419**	.575**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X3	Pearson Correlation	.692**	.808**	.791**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

4. Variabel Kemudahan (X_4)

Correlations

		K 1	K 2	K3	K4	X4
K 1	Pearson Correlation	1	.386**	.389**	.356**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	91	91	91	91	91
K 2	Pearson Correlation	.386**	1	.272**	.391**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
K3	Pearson Correlation	.389**	.272**	1	.430**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009		.000	.000
	N	91	91	91	91	91
K4	Pearson Correlation	.356**	.391**	.430**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91
X4	Pearson Correlation	.746**	.693**	.753**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

5. Variabel Kepuasan (Y)

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	Y
KP1	Pearson Correlation	1	.415**	.165	.320**	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.118	.002	.000
	N	91	91	91	91	91
KP2	Pearson Correlation	.415**	1	.441**	.283**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000
	N	91	91	91	91	91
KP3	Pearson Correlation	.165	.441**	1	.249*	.693**
	Sig. (2-tailed)	.118	.000		.017	.000
	N	91	91	91	91	91
KP4	Pearson Correlation	.320**	.283**	.249*	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.017		.000
	N	91	91	91	91	91
Y	Pearson Correlation	.674**	.758**	.693**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

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

Lampiran 5: Uji Realibilitas

1. Variabel Produk yang Unggul (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	4

2. Variabel Sistem Pelayanan yang Baik (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	4

3. Variabel Emosional (X_3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

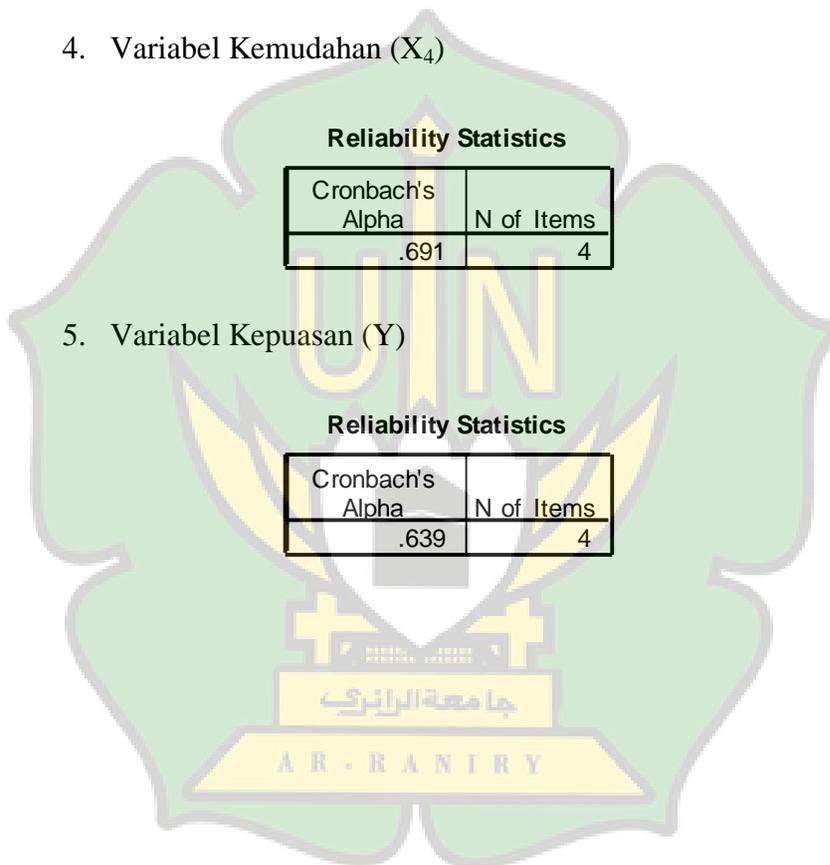
4. Variabel Kemudahan (X_4)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	4

5. Variabel Kepuasan (Y)

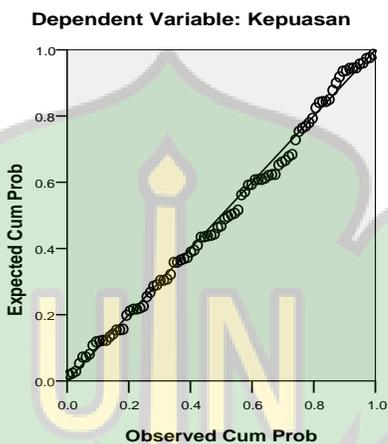
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	4



Lampiran 6: Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 7: Uji Multikolieritas

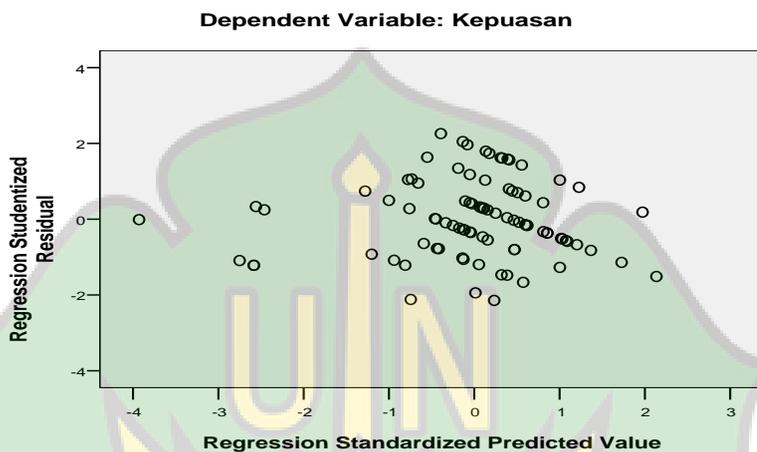
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk Unggul	.775	1.290
	Sistem Pelayanan yang Baik	.944	1.059
	Emosional	.800	1.251
	Kemudahan	.847	1.180

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 8: Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Lampiran 9: Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.591	.478		1.236	.220
	Produk Unggul	.187	.090	.191	2.078	.041
	Sistem Pelayanan yang Baik	.173	.069	.210	2.514	.014
	Emosional	.295	.077	.346	3.811	.000
	Kemudahan	.225	.082	.240	2.726	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 10: Uji t (secara parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.591	.478		1.236	.220
	Produk Unggul	.187	.090	.191	2.078	.041
	Sistem Pelayanan yang Baik	.173	.069	.210	2.514	.014
	Emosional	.295	.077	.346	3.811	.000
	Kemudahan	.225	.082	.240	2.726	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 11: Uji F (secara bersama-sama)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.354	4	1.839	16.526	.000 ^a
	Residual	9.568	86	.111		
	Total	16.922	90			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Sistem Pelayanan yang Baik, Emosional, Produk Unggul

b. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 12: Uji Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.435	.408	.33354

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Sistem Pelayanan yang Baik, Emosional, Produk Unggul

b. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 13: Tabel r Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 14: Tabel f tabel

$\alpha= 0.05$	df1	1	2	3	4	5	6	df2	80
3.960352	3.110766	2.718785	2.485885	2.328721	2.214193	81			
3.958852	3.109311	2.717343	2.484441	2.327269	2.212730	82			
3.957388	3.107891	2.715937	2.483034	2.325854	2.211303	83			
3.955961	3.106507	2.714565	2.481661	2.324473	2.209911	84			
3.954568	3.105157	2.713227	2.480322	2.323126	2.208554	85			
3.953209	3.103839	2.711921	2.479015	2.321812	2.207229	86			
3.951882	3.102552	2.710647	2.477740	2.320529	2.205936	87			
3.950587	3.101296	2.709402	2.476494	2.319277	2.204673	88			
3.949321	3.100069	2.708186	2.475277	2.318053	2.203439	89			
3.948084	3.098870	2.706999	2.474089	2.316858	2.202234	90			
3.946876	3.097698	2.705838	2.472927	2.315689	2.201056	91			
3.945694	3.096553	2.704703	2.471791	2.314547	2.199905	92			
3.944539	3.095433	2.703594	2.470681	2.313431	2.198779	93			
3.943409	3.094337	2.702509	2.469595	2.312339	2.197679	94			
3.942303	3.093266	2.701448	2.468533	2.311270	2.196602	95			
3.941222	3.092217	2.700409	2.467494	2.310225	2.195548	96			
3.940163	3.091191	2.699393	2.466476	2.309202	2.194516	97			
3.939126	3.090187	2.698398	2.465480	2.308200	2.193506	98			
3.938111	3.089203	2.697423	2.464505	2.307220	2.192518	99			
3.937117	3.088240	2.696469	2.463550	2.306259	2.191549				
100	3.936143	3.087296	2.695534	2.462615	2.305318	2.190601			
101	3.935189	3.086371	2.694618	2.461698	2.304396	2.189672			
102	3.934253	3.085465	2.693721	2.460800	2.303493	2.188761			
103	3.933337	3.084577	2.692841	2.459920	2.302608	2.187868			
104	3.932438	3.083706	2.691979	2.459057	2.301739	2.186993			
105	3.931556	3.082852	2.691133	2.458210	2.300888	2.186134			
106	3.930692	3.082015	2.690303	2.457380	2.300053	2.185293			
107	3.929844	3.081193	2.689490	2.456566	2.299234	2.184467			
108	3.929012	3.080387	2.688691	2.455767	2.298431	2.183657			
109	3.928195	3.079596	2.687908	2.454983	2.297642	2.182862			
110	3.927394	3.078819	2.687139	2.454213	2.296868	2.182082			
111	3.926607	3.078057	2.686384	2.453458	2.296109	2.181316			
112	3.925834	3.077309	2.685643	2.452716	2.295363	2.180564			
113	3.925076	3.076574	2.684916	2.451988	2.294630	2.179825			
114	3.924330	3.075853	2.684201	2.451273	2.293911	2.179100			
115	3.923599	3.075144	2.683499	2.450571	2.293205	2.178387			
116	3.922879	3.074447	2.682809	2.449880	2.292510	2.177687			
117	3.922173	3.073763	2.682132	2.449202	2.291828	2.177000			

Lampiran 15: Tabel t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954