SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TABUNGAN FIRDAUS PADA BANK ACEH SYARIAH LABUHAN HAJI KABUPATEN ACEH SELATAN

Disusun Oleh:

MIRA YUMELDA
NIM. 190603347

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH

2022 M/1443 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mira Yumelda

NIM :190603347

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh,15 Juli 2022

Yang Menyatakan

Mira Yumelda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji Kabupaten Aceh Selatan

Disusun oleh:

Mira Yumelda
NIM: 190603347

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
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag	Evy Iskandar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA
NIP. 197711052006042003	NIP. 19771105200642003

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji Kabupaten Aceh Selatan

Mira Yumelda
NIM: 190603347

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

Pada Hari/Tanggal: Sabtu, 23 Juli 2022 M
24 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,	Sekretaris,
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag	Evy Iskandar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA
NIP. 197711052006042003	NIP. 197711052006042003
Penguji I,	**Penguji II,**
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A	Evriyenni, S.E.,M.Si
NIP.198310282015031001	NIDN. 2013048301

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP.196403141992203100 33

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Mira Yumelda
NIM	: 190603347
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail	: mirayumelda136@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 Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji Kabupaten Aceh Selatan

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 : 25 Juli 2022

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Mira Yumelda	Dr. Nevi Hasnita,S.Ag.,M.Ag.	Eyy Iskandar,S.E.,M.Si.,Ak,CA,CPA
	NIP. 1977052006042003	NIP. 19771105200604203

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْ

Segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT yang menciptakan langit, bumi, dan seluruh jagat raya, yang telah memberikan karunia dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul **"Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji Aceh Selatan"**. Solawat dan salam penulis haturkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW yang tidak lelah mengajak umat mendekatkan diri ke perbuatan yang makruf dan menjauhi diri dari perbuatan yang munkar serta tidak pernah putus doanya untuk mendoakan umat hingga akhir hayatnya, semoga kasih dan sayang selalu dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta umatnya.

Penulis menyadari untuk membuat suatu penulisan karya ilmiah sepertiskripsi, diperlukannya bimbingan moril, pemberian dukungan serta masukan dan saran, supaya penulisan skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu penulis dalam merealisasikan penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing I dan sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus Penasehat Akademik serta sebagai pembimbing akademik (PA)yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan tenaganya, serta kesabaran yang luar biasa serta memberikan arahan dan motivasi dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan Ibu Ayumiati, S.E.,M.Si. sebagai Sekretaris, serta Bapak Muklis, S.HI., SE., MH. Selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bapak Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan tenaganya, serta kesabaran yang luar biasa serta memberikan arahan dan motivasi dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada bapak Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.Aselaku penguji Idan Ibu Evriyenni, S.E., M.Si selaku penguji II saya.
6. Seluruh dosen-dosen dan para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya kepada dosen-dosen Prodi Perbankan Syariah yang telah memberi ilmu dan bimbingan kepada peneliti selama peneliti mengikuti perkuliahan.

7. Seluruh responden khususnya nasabahBank Aceh Syariah Labuhan Haji yang telah tulus ikhlas membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Atas segala bantuan tersebut peneliti serahkan kepada Allah SWT semoga memberi balasan dan pahala yang lebih baik.
8. Teristimewa Kepada Ibunda Almh. Ida Sukasih dan Ayahnda tercinta Yulidin Syah atas segala do'a dan dukungan yang tiada henti serta kasih sayang yang tiada bermuara yang diberikan untuk penulis, kepada keluarga besar Rensih dan Heri Marjan yang selama ini telah menjadi orang tua kedua saya, memberikan motivasi dan juga dukungan serta do'a.
9. Selanjutnya saya ucapkan terima kasih kepada sahabat saya Silviwa, Cut Sri Mahda Widya, Siti Munawarah, dan juga seluruh rekan-rekan yang seperjuangan dari D3 Perbankan Syariah sampai dengan Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2017 telah bersama-sama ketika suka dan duka dan memberikan dukungan begitu besar.
10. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dan ikut mendoakan serta memberi nasehat dan motivasi. Kepada seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah banyak memberikan motivasi serta bantuan demi kelancaran penyusunan skripsi ini. Hanya kepada ALLAH SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapat ridho-Nya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

BandaAceh, 15 Juli 2022

Penulis,

Mira Yumelda
NIM. 190603347

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	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fathah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	*Fathah* dan *ya*	Ai
◌َ و	*Fathah* dan *wau*	Au

Contoh:

كيف : *Kaifa*

هول : *Haula*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ـَا/ـَي	*Fathah* dan *alif* atau *ya*	Ā
ـِي	*Kasrah* dan *ya*	Ī
ـُو	*Dammah* dan *Wau*	Ū

Contoh:

قَالَ:qāla

رَمَى:ramā

قِيْلَ: qīla

يَقُوْلُ: yaqūlu

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu :

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُالاَطْفَالْ : rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl

اَلْمَدِيْنَةُالْمُنَوَّرَةْ : al-Madīnah al-Munawwarah/al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةْ : Ṭalḥah

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama	: Mira Yumelda
Nim	: 190603347
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan HajiKabupaten Aceh Selatan
Halaman	: 141
Tanggal Sidang	: 23 Juli 2022
Pembimbing I	: Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
Pembimbing II	: Evy Iskandar, S.E., M,Si., Ak., CA., CPA

Penelitian ini dilakukan di Bank Aceh Syariah Labuhan Haji Kabupaten Aceh Selatan yang dilatarbelakangi oleh pentingnya kepuasan nasabah untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan pada tabungan Firdaus yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah Labuhan Haji. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian kuantitatifdeskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Sampel yang dipilih sebanyak 100 responden berdasarkan rumusan slovin. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian yang diperoleh Pada dimensi kualitas produk di Bank Aceh Syariah Labuhan Haji dilihat dari kinerja*(performance)*, fitur (f*eatures)*,kehandalan *(reliability)*,kesesuaian dengan spesifikasi*(comformance with specifications), dan* daya tahan *(durability)* menghasilkan tingkat kepuasan yaitu 99,36% yang artinya nasabah merasa puas. Pada dimensi kualitas pelayanan di Bank Aceh Syariah Labuhan Haji dilihat dari bukti fisik *(tangible)*, kehandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, dan empati *(empathy)* memperoleh tingat kepuasan yaitu 100,33% maka juga diartikan bahwa nasabah puas.

Kata Kunci :*Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI iii
KATA PENGANTAR v
TRANSLITERASI..... ix
ABSTRAK xiii
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah..... 1
1.2 Rumusan Masalah..... 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian..... 9
1.5 Batasan Penelitian..... 10
1.6 Sistematika Pembahasan 11

BAB II LANDASAN TEORI..... 13
2.1 Bank Syariah 13
2.1.1 Pengertian Bank Syariah 13
2.1.2 Tujuan, Fungsi dan Peran Bank Syariah 14
2.1.3 Produk Bank Syariah..... 17
2.2 Manajemen Pemasaran..... 21
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 21
2.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran..... 23
2.2.3 Karakteristik Manajemen Pemasaran 25
2.3 Kepuasan Nasabah..... 27
2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah..... 27
2.3.2 Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah 29
2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah 31
2.3.4 Manfaat Kepuasan Nasabah 34
2.3.5 Elemen-Elemen Dalam Program Kepuasan Nasabah35
2.3.6 Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah..... 39
2.4 Kualitas Produk..... 41

2.4.1 Pengertian Kualitas Produk 41
2.4.2 Tujuan dan Pentingnya Kualitas Produk 42
2.4.3 Dimensi Kualitas Produk 44
2.5 Kualitas Pelayanan..... 46
2.5.1 Pengertian Kualitas pelayanan 46
2.5.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan 47
2.5.3 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan..... 49
2.5.4 Dimensi Kualitas Pelayanan..... 51
2.6 Penelitian Terdahulu..... 57
2.7 Kerangka Pemikiran 64

BAB III METODE PENELITIAN..... 66
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 66
3.2 Lokasi Penelitian..... 67
3.3 Populasi dan Sampel..... 67
3.3.1 Populasi 67
3.3.2 Sampel 67
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel..... 69
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data 69
3.4.1 Sumber Data..... 70
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 70
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 72
3.6 Skala Pengukuran 74
3.7 Uji Coba Instrumen 75
3.7.1 Uji Validitas 75
3.8 Teknik Analisis Data 76
3.8.1 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) 77

BAB IV HASIL PENELITIAN 83
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 83
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah 83
4.1.2 Berdirinya Bank Aceh Syariah Labuhan Haji..... 85
4.1.3 Visi, Misi dan Motto PT. Bank Aceh Syariah..... 86
4.2 Gambaran Umum Produk Tabungan FirdausBank Aceh Syariah Labuhan Haji..... 89
4.3 Hasil Penelitian..... 90
4.3.1 Karakteristik Responden 90
4.3.2 Uji Instrumen Penelitian..... 92

4.4 Hasil Uji Analisis Teknik *Importance Performance* 94
4.4.1 Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas ProdukTabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji 95
4.4.2 Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji 100
4.5 Pembahasan Hasil 113
4.5.1 Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Tabungan Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji 113
4.5.2 Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Tabungan Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji 115

BAB V PENUTUP 122
5.1 Kesimpulan 122
5.2 Saran 123

DAFTAR PUSTAKA 125

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 57
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 73
Tabel 3.2 Skala Pengukuran 75
Tabel 4.1 Jenis Kelamin dan Lama Menabung 90
Tabel 4.2 Umur, Pendidikan dan Pekerjaan 91
Tabel 4.3 Uji Validitas 93
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas 94
Tabel 4.5 Tingkat Kesesuain *Performance* 95
Tabel 4.6 Tingkat Kesesuain *Features* 96
Tabel 4.7 Tingkat Kesesuain*Reliability* 96
Tabel 4.8 Tingkat Kesesuain*Comformance with pecifications* 97
Tabel 4.9 Tingkat Kesesuain*Durability* 98
Tabel 4.10 Tingkat Kesesuain*Tangible* 100
Tabel 4.11 Tingkat Kesesuain*Reliability* 101
Tabel 4.12 Tingkat Kesesuain*Responsiveness* 102
Tabel 4.13 Tingkat Kesesuain*Assurance* 103
Tabel 4.14 Tingkat Kesesuain*Emphaty* 103
Tabel 4.15 Tingkat Kesesuain Kepuasan Nasabah 104
Tabel 4.16 Rata-Rata Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja 107

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 65
Gambar 3.1 Diagram Kartesius 80
Gambar 4.1 Hasil Diagram Kartesius 109

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern. Di zaman modern ini bank memiliki peran besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hampir semua sektor usaha membutuhkan bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan untuk mendukung kelancaran usahanya seperti sektor industri, jasa, perdagangan, pertanian, dan perkebunan.Berdasarkan operasionalnya bank terbagi menjadi dua yaitu bank syariah dan bank konvensional. Aceh menerapkan Qanun No.11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah yang mewajibkan seluruh lembaga keuangan di Aceh dilaksanakan berdasarkan prinsip syariah.

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara dalam menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Arif,2017). Dalam menghimpun dana berbentuktabungan maupun depositobank syariah mengelola berdasarkan prinsip syariah sesuai akad mudharabah dan wadiah. Penyaluran danakepada masyarakat berbentuk pembiayaan dengan berbagai akad pada bank syariah seperti prinsip murabahah, salam, istishna, ijarah, dan lain-lain.

Kelangsungan hidup perbankan syariah tidak bisa lepas dari dana pihak ketiga. Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah dana yang

dihimpun oleh bank berasal dari masyarakat luas, terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito (Kasmir,2014). Sumber dana pihak ketiga merupakan sumber dana terpenting dalam kegiatan operasional bank karena sumber dana dari masyarakat luas merupakan sumber modal yang paling utama bagi bank.

Untuk memperoleh sumber dana dari masyarakat, bank dapat menawarkan berbagai jenis simpanan. Pembagian jenis simpanan ke dalam beberapa jenis dimaksudkan agar para nasabah mempunyai banyak pilihan sesuai dengan tujuannya masing-masing. Setiap pilihan mempunyai pertimbangan tertentu dan adanya suatu pengharapan yang ingin diperolehnya. Pengharapan yang ingin diperoleh nasabah dapat berupa keuntungan, kemudahan, dan keamanan.Dana pihak ketiga yang diterima bank sebagian besar berasal dari jenis simpanan atau tabungan.

Tabungan adalah simpanan pada bank berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian antara Bank dengan nasabah dan penarikannya dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, kartu ATM atau sarana penarikan lainnya, (Kasmir, 2014). Menurut Anastasia (2013) tabungan yang menggunakan akad titipan (Wadiah) terbagi menjadi dua yaitu *wadiah yad dhamannah*(dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan) dan *wadiah yad amanah* (tidak dapat manfaatkan).Sedangkan pada tabungan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

yang menggunakan akad mudarabah,bank dapat mengelola dana nasabah dengancara menyalurkan dana kepada berbagai pihak seperti investasi, jual beli dan sewa. Dari penyaluran ke berbagai pihak maka bank akan menerima pendapatan berupa bagi hasil, kemudian pendapatan tersebut akan dibagikan kepada nasabah pemilik atau penitip dana dengan suka rela atau disebut bonus.

Produk tabungan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memuaskan nasabah. Menurut Melyani (2016) kualitas produk adalah keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka suatu perusahaan akan berusaha membuat produk berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) maupun inti (*core*) produk itu sediri.

Kualitas produk merupakan kadar baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas produk menurut Hamdani (2013) memiliki beberapa dimensi yaitu kinerja (*performance*),keistimewaan (*features*), kehandalan (*reliability*),kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*), dan daya tahan (*durability*).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan yang optimal juga sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk tabungan. Kualitas pelayanan adalah proses pengelolaan yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, dan lingkungan usaha untuk memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan (Trisusanti,2017).Kualitas pelayanan merupakan suatu pemenuhan kebutuhan bagi pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga menciptakan kepuasan pada pelanggan. kemudian pelanggan akan menentukan dan menilai pelayanan yang diberikan tersebut. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu: tampilan fisik layanan (*Tangible*),kehandalan (*Reliability*), ketanggapan dalam memberikan pelayanan (*Responsiveness*), kemampuan memberikan jaminan layanan (*Assurance*), dankemampuan untuk memahami pelanggan (*Empathy*)(Adam, 2015).

Pada dimensi bukti fisik (*tangible*),Sokachae (2014) menjelaskan bahwa dimensi ini dapat dilihat dari keadaan fisik, segala sesuatu yang terlihat dari fasilitas, perlengkapan, peralatan, dan karyawan. Penampilan fisik juga dapat terlihat dari sarana komunikasi dan juga penampilan karyawan suatu perusahaan, maka dimensi*tangible* merupakan suatu bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Dimensi kehandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan sikap yang

akurat dan dapat diandalkan (Albarq, 2013). *Reliability* tercermin dari memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan tepat waktu dan dapat menangani masalah dengan baik (Felix,2017).Kehandalan dalam pelayanan dapat memberikan efisiensi waktu atas penyelesaian jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dimensi daya tanggap (*responsiveness*)adalah kesediaan dan kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu serta memberikan pelayanan dengan cepat (Yarimoglu, 2014).*Responsiveness* berhubungan dengan kesediaan untuk membantu dan menanggapi permintaan pelanggan, pelayanan yang cepat, selalu memberikan informasi kepada pelanggan jangka waktu untuk pelayanan. Elemen-elemen dalam *responsiveness* adalah kecepatan, kemauan untukmerespon, akurasi dan kehandalan(Felix, 2017). Daya tanggap karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen sangat penting sebagai suatu penghargaan bagi nasabah.

Dimensi jaminan (*assurance*), menurut Bharwana (2013) *assurance* adalah kesadaran akan kesopanan karyawan dan potensi mereka untuk membangun kepercayaan diri juga pelanggan.*Assurance*meliputi kemampuan, kesopanan, kredibilitas dan keamanan, kesadaran dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan nasabah. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan,

جامعة الرانري
AR-RANIRY

sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Yang terakhir dimensi perhatian (*empathy*),yang meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.*Empathy* dapat digambarkan dengan kepedulian dan memberikan perhatian kepada konsumen secara individu. Dapat disimpulkan bahwa *empathy*adalah kemampuan untuk memberikan perhatian dan kepedulian secara individual terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan serta membantu dalam mencari jalan keluar (Panjaitan, 2017).

Dengan adanyapenerapan dimensi-dimensi pelayanan tersebut maka akan memberikan kepuasan kepada nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah. Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya(Tjiptono, 2016). Kepuasan dapat terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah sehingga akan terjadinya pembelian berulang oleh nasabah itu sendiri.Oleh karena itu kepuasan nasabah akan menimbulkan rasa loyalitas kepada bank tersebut.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Permasalahan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan firdaus dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap 10 (sepuluh) orang nasabah pada bank tersebut. Hasil dari 10 (sepuluh) nasabah tersebut terdapat 7 (tujuh) diantaranya merasa sangat puas dengan pelayanan dan kualitas produk tabungan Firdaus yang diberikan oleh bank. Dari 7 (tujuh) yang merasa puas, 4 (empat) orang di antaranya puas karena tidak ada pemotongan administrasi bulanan dan adanya penambahan saldo, dan 3 (tiga) orang lainnya puas terhadap pelayanan sepenuh hati yang diberikan oleh karyawan Bank Aceh Syariah Labuhan Haji. Sedangkan 3 (tiga) lainnya merasa tidak puas, dikarenakan pada saat pembukaan buku rekening di Bank Aceh Syariah Labuhan Haji prosesnya cenderung lama dan minimal saldo harus tersisa Rp100.000.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen dalam penggunaan produk menunjukkan hasil yang berbeda-beda.Hasil penelitian Novia (2018),menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap *tanggible, reliability, responsiveness, assurance,* dan*empathy*telah memuaskan konsumen. Penelitian Mahrunnisa (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *tanggible, reliability, responsiveness, assurance,* dan*empathy* memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi maka nasabah merasa puas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Hasil penelitian Ardina (2015), menyatakan bahwa kualitas produk pada tingkat harapan konsumen untuk *performance*, *features, reliability, durability,* tidak memuaskan pelanggan dan pada*conformance, serviceability, aesthetics, perceived quality* sangat memuaskan konsumen. Sedangkan pada kulitas pelayanan pada tingkat harapan konsumen untuk *tangible*,*reliability,* tidak memuaskan konsumen dan pada *responsiveness*, *assurance*, dan*empathy*sangat memuaskan konsumen. Penelitian Dian (2018), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible* dan *responsiveness* telah memuaskan nasabah, sedangkan *reliability*, *assurance* dan *empathy* tidak memuaskan nasabah. Berbeda dengan penelitian Wardani (2016) hasil penelitiannya menyatakan bahwa berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut produk belum memenuhi harapan konsumen atau konsumen belum puas terhadap produk.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas,adanya *gap research* yaitu antara temuan hasil akhir dari variabel kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat diutamakan oleh suatu perusahaan jasa seperti Perbankan. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti ulang dengan mengangkat variabel kualitas produk dan pelayanan.Oleh karena itu, penulistertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Tabungan Firdaus**

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Pada PT. Bank Aceh Syariah Labuhan HajiKabupaten Aceh Selatan".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat diformulasikan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanantabunganFirdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji.
2. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayana tabunganFirdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan pelayanan tabungan Firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Labuhan Haji. Hasil

dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan juga kepada pihak-pihak terkait. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat bagi penulis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapatmemberikan pemahaman dan memperluas wawasan mengenai kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah.

2. Manfaat Akademis

   Hasil penellitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu terkait dengan fokus penelitian, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terkait dengan penelitian ini.

3. Bagi instansi

   Untuk lebih mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan pelayanan tabungan Firdaus yang diterima nasabah Bank Aceh Syariah, khusunya di Kecamatan Labuhan Haji.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pembahasan pada hal-hal sebagai berikut:

1. Mengingat banyaknya jenis produk tabungan maka pada penelitian ini penulis membatasi produk tabungan Firdaus

karena produk ini banyak dipakai oleh masyarakat dan nasabahnya mudah ditemui.

2. Kualitas pelayanan dan kualitas produk pada tabungan Firdaus.
3. Kepuasan nasabah.

1.6 Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini mudah untuk dipahami, maka dalam sistematika pembahasan ini terdiri atas sub bab, dimana terdapat lima garis besar pembahasannya diantaranya:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang yang mencakup tentang permasalahan yang akan di teliti, rumusan masalah yang merupakan problem atau persoalan penelitian yang dibuat dalam bentuk pertanyaan, tujuan penelitian yaitu bisa menemukan jawaban dari permasalahan penelitian yang akan diteliti, manfaat dari hasil penelitian, serta sistematika pembahasan yang digunakan.

Bab II : Landasan Teori

Dalam bab ini membahas tentang teori yang melandasi penelitian, termasuk pembahasan tentang kepuasan nasabah, produk bank syariah, pembahasan berikutnya kualitas produk, kualitas pelayanan serta kemudian tinjauan penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini dikemukakan tentang metode penelitian yang akan digunakan, mulai dari jenis penelitian, sumber dan jenis data, serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan. Dalam bab ini, peneliti mencoba menguraikan hasil penelitiannya, apakah sama dengan penelitian terdahulu, atau mungkin berbeda.

Bab V : Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang penguraian kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilaksanakan serat saran-saran untuk pihak bank serta peneliti selanjutnya

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Antonio dalam Haryanto (2021:7) Bank berasal dari kata *bangue* (Perancis) dan *banco* (Italia) yang berarti peti/lemari atau bangku. Peti/lemari atau bangku menjelaskan fungsi dasar bank umum, yaitu: *pertama:* menyediakan tempat penyimpanan dana (*safe keeping function),* dan *kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk pembelian barang dan jasa (*transactionfunction).* Bank syariah adalah lembaga yang bertindak sebagai perantara, yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada pihak yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan, tidak berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah(Kasmir 2014).

Menurut Muhammad (2014), Bank Syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berpedoman pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Menurut UU No. 10 Tahun 1998, yang telah diperbaharui dengan UU No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa Bank Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

1. Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank syariah yang memberikan layanan arus pembayaran dalam kegiatannya.

BUS dapat beroperasi sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank Devisa adalah bank yang dapat melakukan keseluruhan transaksi ke luar negeri atau yang berkaitan dengan mata uang asing, seperti transfer ke luar negeri, inkaso atau penagihan ke luar negeri, penerbitan *letter of credit*, dan sebagainya.

2. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja kantor pusat bank umum konvensional yang digunakan sebagai kantor pusat dari suatu kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah, atau unit kerja cabang bank yang terdaftar di luar negeri, yang melakukan kegiatan usaha secara teratur sebagai kantor pusat cabang syariah atau unit hukum syariah. UUS satu tingkat lebih rendah dari direksi bank umum konvensional terkait.
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank syariah yang tidak memberikan layanan arus pembayaran dalam kegiatannya. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas. BPRS hanya dapat dimiliki oleh Warga Negara Indonesia (WNI) atau badan hukum pemerintah daerah indonesia.

2.1.2 Tujuan, Fungsi dan Peran Bank Syariah

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008, industri perbankan syariah bertujuan untuk mendukung terselenggaranya pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, persatuan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat (Afrianti, 2020).

Secara umum tujuan didirikannya bank syariah adalah untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah.

Bank syariah memiliki dua peran utama, yaitu sebagai badan usaha (tanwil) dan badan sosial (mal). Sebagai suatu badan usaha, bank syariah memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai manajer investasi, investor, dan pelayanan. Sementara itu, sebagai badan sosial, bank syariah memiliki fungsi mengelola dana sosial untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sadaqah (ZIS), serta penyaluran *qardhul hasan* (pinjaman kebaikan). Menurut Muhammad (2015: 9-10) secara spesifik, peranan bank dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut:

1. Menjadi perekat nasionalisme baru, yang artinya bank syariah dapat menjadi promotor aktif pembentukan jaringan ekonomi dan komersial kerakyatan.
2. Memberdayakan masyarakat dengan kekuatan ekonomi dan beroperasi secara transparan, artinya pengelolaan bank syariah harus berlandaskan visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini akan terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.
3. Memberikan *return* (pengembalian) yang lebih baik, artinya investasi perbankan syariah tidak akan memberikan janji pengembalian yang jelas kepada investor, oleh karena itu, dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah harus mampu memberikan *return* yang lebih baik.

4. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, yang artinya bank syariah menggunakan lebih banyak dana untuk transaksi produktif.
5. Mendorong distribusi pendapatan, artinya salah satu transaksi yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah penghimpunan dana Zakat, Infaq, dan sedekah (ZIS). Fungsi ZIS sendiri adalah untuk pemeratakan pendapatan masyarakat.
6. Meningkatkan efisiensi mobilisasi dana. Artinya dengan adanya produk *almudharabah al-muqayyadah*, berarti bank dapat dengan bebas menginvestasikan dana yang diajukan investor, sehingga bank syariah sebagai *financial arranger*, menerima komisi atau bagi hasil, bukan karena perbedaan (*spread)* bunga.
7. *Uswah hasanah* sebagai pelaksanaan operasional perbankan yang beretika. Salah satu penyebab krisis tersebut adanya Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN). Bank syariah dituntut untuk memposisikan diri sebagai *uswatun hasanah* dalam menerapkan moral dan etika dalam kegiatan ekonomi, karena sifatnya sebagai bank berdasarkan prinsi-prinsip hukum syariah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.1.3 Produk Bank Syariah

Menurut Alma (2016) produk adalah seperangkat atribut baikberwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya warna, harga, nama baik produk, nama baik pengecer dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh konsumen guna memenuhi serta memuasakan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat dikatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu baik yang berwujud ataupun tidak berwujud yang ditawarkan kepada pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau pemenuhan kepuasan keinginan konsumen. Dalam persaingan yang sangat kompetitif sekarang ini, suatu perusahaan harus mampu merumuskan dan merancang strategi pemasaran yang tepat terutama mengenai strategi produk-produk yang dianggap bernilai adalah produk yang memiliki kualitas yang mampu memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada dasarnya produk yang diberikan oleh bank syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian , yaitu Penghimpun dana, Penyaluran dana, dan Pelayanan jasa perbankan (Burhanuddin, 2015).

1. Penghimpun dana

   Penghimpun dana dalam perbankan syariah dapat diwujudkan dalam bentuk simpanan dan investasi. Penghimpun dana dalam bentuk giro, tabungan dan deposito, diantanya:

a. Giro, adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek atau bilyot giro, metode pembayarn lain atau pemindah bukuan.
b. Tabungan, adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, biyet giro, atau metode lainnya.
c. Deposito, adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai kesepakatan antara nasabah simpanan dengan bank. Deposito merupakan produk perbankan yang digunakan untuk tujuan investasi dalam bentuk surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah akan digunakan prinsip *mudharabah.*

2. Penyaluran dana

Sebagai perantara keuangan, bank tidak hanya penghimpun dana, tetapi juga memberikan kembali kepada masyarakat melalui pembiayaan. Diantaranya:

a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil, didasarkan pada akad *mudharabah* dan *musyarakah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan alokasi dana didasarkan pada prinsip bagi hasil.
b. Pembiayaan *mudharabah,* berarti bank menyediakan dana untuk modal usaha sesuai dengan persetujuan atau

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kesepakatan dengan nasabah, dan nasabah adalah pihak yang berkewajiban untuk menyelesaikan investasi sesuai dengan akad.

c. Pembiayaan *musyarakah*, didasarkan pada persetujuan atau kesepakatan bank dengan nasabah sebagai pihak yang harus diselesaikan atau diinvestasikan sesuai dengan peraturan investasi, dan bank menyediakan dana untuk memenuhi sebagian modal perusahaan.

d. Pembiayaan dengan prinsip *ijarah* atau *ijarah muntahiya bittamlik*, didasarkan pada akad *ijarah* atau pembelian sewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, yaitu dalam bentuk dana atau tagihan untuk memberikan pembiayaan kepada nasabah untuk sewa-menyewa barang-barang bergerak atau tidak bergerak. Pembiayaannya dilakukan dalam bentuk akad *ijarah*, dalam transaksi sewa guna usaha, sesuai dengan persetujuan dan kesepakatan antara bank dan nasabah pembiayaan, nasabah dapat memilih untuk mengalihkan kepemilikan melalui akad *ijarah mutahiyah bittamlik* sebagai akad untuk pihak yang perlu membayar utang atau kewajiban sewa.

e. Pembiayaan didasarkan pada prinsip jual beli. Untuk menajalankan fungsi pembiayaan, bank syariah dapat menggunakan akad jual beli, antara lain: *pertama* pembiayaan *murabahah*, adalah bank syariah yang

جامعة الرانري
AR-RANIRY

menyediakan dana atau tagihan untuk jual beli komoditas berdasarkan harga pokok ditambah margin/keuntungan. Perjanjian dengan nasabah yang harus membayar sesuai dengan kontrak. *Kedua* pembiayaan *salam*, pembiayaan dari suatu barang dengan cara memesan. Selain itu, pembayaran dilakukan di muka dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati oleh masing-masing pihak. *Ketiga* pembiayaan *istishna*, adalah menyediakan dana penagihan atas pembelian dan penjualan komoditi melalui pesanan (kepada nasabah produsen), dan bank membayar tunai di muka sesuai persetujuan atau kesepakatan dengan nasabah pembiayaan yang harus melunasi utang atau kewajiban yang diatur dalam kontrak. *Keempat* pembiayaan dengan prinsip pinjam meminjam (*qardh*), berdasarkan prinsip pinjam meminjam didasarkan pada kesepakatan atau persetujuan antara bank syariah dengan nasabah pembiayaan untuk memberikan dana atau utang kepada nasabah dalam bentuk pinjaman dan nasabah harus mengikuti ketentuan kontrak/akad.

3. Pelayanan jasa perbankan

   Selain menjalankan perannya perantara antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah juga dapat

menyediakan berbagai layanan perbankan kepada nasabah dengan imbalan sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut, antara lain:

a. *sharf* (transaksi valuta asing), pada prinsipnya transaksi valuta asing sesuai dengan prinsip *sharf.* Pembelian dan penjualan mata uang yang berbeda harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*).
b. *Ijarah* (sewa), jenis kegiatan ijarah meliputi penyewaan brankas atau kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa pengurusan dokumen (*custodian*). Bank mendapatkan sewa dari layanan ini.

2.2 Manajemen Pemasaran

2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran (*marketing management*) berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian rencana yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara komunikasi yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen pemasaran adalah suatu jenis pekerjaan perencanaan dan pelaksanaan, termasuk pengorganisasian, pembinaan, pengkoordinasian, dan pengawasan atau pengendalian

kegiatan pemasaran dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif, yang disebut dengan istilah fungsi manajemen (Putri, 2017: 10-11).

Menurut Indrasari (2019: 8), manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang menganalisis, merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengendalikan kegiatan pemasaran. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Ini juga dapat diartikan sebagai alat untuk menganalisis, merencanakan, menerapkan, dan mengendalikan rencana internal perusahaan, yang bertujuan untuk menciptakan, membangun, dan memelihara masyarakat perdagangan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini akan digunakan sebagai cara untuk mencapai tujuan utama dari bisnis atau perusahaan.

Menurut Assauri (2013:12), manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, menerapkan, dan mengendalikan berbagai program yang merupakan pembentukan, pengembangan, dan pemeliharaan laba yang dihasilkan oleh transaksi/pertukaran melalui pasar sasaran untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Menurut Kotler (2016: 12), manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Indrasari (2019:10), tujuan manajemen pemasaran yaitu:

a. Menciptakan Permintaan *(Demand)*

   Tujuan utama manajemen pemasaran adalah menciptakan permintaan dengan berbagai cara. Membuat metode terencana untuk mengetahui preferensi dan selera konsumen terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Kepuasan Pelanggan

   Manajer pemasaran harus mempelajari kebutuhan pelanggan sebelum menawarkan barang atau jasa apa pun kepada pelanggannya. Yang perlu dipahami adalah menjual barang atau jasa tidak sepenting mendapatkan kepuasan pelanggan. Pemasaran modern berorientasi pada pelanggan. Itu dimulai dan diakhiri dengan pelanggan.

c. Pangsa pasar *(Market Share)*

   Setiap bisnis bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasarnya, yaitu merupakan rasio penjualannya terhadap total penjualan dalam perekonomian. Misalnya, Pepsi dan Coca-Cola saling bersaing untuk meningkatkan pangsa pasar. Untuk tujuan ini, mereka mengadopsi iklan yang inovatif, kemasan yang inovatif, kegiatan promosi dan sebagainya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. Peningkatan Keuntungan

Departemen pemasaran adalah satu-satunya departemen yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Artinya, kita harus mendapatkan keuntungan yang cukup dengan menjual produk yang ingin kita puaskan. Jika perusahaan tidak menguntungkan, maka perusahaan itu tidak akan mampu bertahan. Selain itu, pertumbuhan dan diversifikasi perusahaan juga membutuhkan keuntungan.

e. Pencitraan produk yag baik di mata publik

Membangun citra produk yang baik di mata publik adalah tujuan manajemen pemasaran lainnya. Jika departemen pemasaran menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang wajar kepada pelanggan, itu akan membangun citra yang baik bagi pelanggan.

f. Menciptakan pelanggan baru

Tujuan pendirian bisnis untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan adalah dasar dari perusahaan. Pelangganlah yang memberikan pendapatan kepada perusahaan dan memutuskan apa yang akan dijual perusahaan. Menciptakan pelanggan baru berarti mengeksplorasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara lebih luas. Jika sebuah perusahaan ingin tumbuh dan mempertahankan bisnisnya, menciptakan pelanggan baru sangat penting, kita harus menganalisis dan memahami keinginan/kebutuhan mereka.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

g. Memuaskan pelanggan

Menciptakan pelanggan baru saja tidak cukup. Perusahaan harus mengembangkan dan mendistribusikan produk dan layanan yang memenuhi harapan pelanggan untuk memuaskan mereka. Jika pelanggan tidak puas, perusahaan tidak akan dapat menghasilkan pendapatan untuk menutupi biaya dan memperoleh pengembalian modal yang wajar. Pelanggan yang puas bukan berarti membeli suatu produk hanya karena memenuhi kebutuhan pelanggan. Mereka juga akan memberikan saran atau rekomendasi kepada orang-orang terdekat, yang artinya produk kita akan lebih dikenal banyak orang.

2.2.3 Karakteristik Manajemen Pemasaran

Berikut beberapa karakteristik manajemen pemasaran menurut Keller (2014), antara lain:

1. Berorientasi pada pelanggan

   Semua kegiatan bisnis harus berorientasi pada penciptaan dan kepuasan pelanggan. Penekanan pada kebutuhan dan keinginan konsumen membuat bisnis tetap berada di jalur yang benar. Semua keputusan pemasaran harus dibuat berdasarkan dampaknya terhadap konsumen. Konsumen adalah tujuan inti dari sebuah perusahaan.

2. Riset Pasar

   Di bawah konsep pemasaran, pengetahuan dan pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting.

Oleh karena itu, rencana riset pasar yang teratur dan sistematis diperlukan untuk mengikuti perkembangan pasar. Selain itu, mengembangkan produk sesuai harapan pelanggan membutuhkan inovasi dan kreativitas.

3. Membuat rencana pemasaran

   Konsep pemasaran membutuhkan metode pemasaran yang berorientasi pada tujuan. Tujuan keseluruhan perusahaan harus menghasilkan data melalui kepuasan konsumen. Rencana pemasaran dapat menjadi bagian dari rencana bisnis secara keseluruhan. Strategi pemasaran yang handal adalah dasar dari rencana pemasaran yang ditulis dengan baik. Jika rencana pemasaran berisi serangkaian/daftar tindakan tetapi tidak memiliki dasar strategis yang kuat, maka itu tidak banyak berguna untuk bisnis. Atas dasar tujuan ini, tujuan dan kebijakan pemasaran dan departemen lain harus didefinisikan secara akurat. Rencana pemasaran membantu memasukkan ide-ide filosofi berorientasi konsumen ke dalam seluruh sistem bisnis dan berfungsi sebagai panduan untuk mengatur pekerjaan.

4. Pemasaran yang sitematis

   Setelah menepatkan tujuan organisasi dan setiap departemen, perlu juga menyelaraskan tujuan organisasi dengan tujuan individu yang bekerja untuk organisasi. Kegiatan dan operasi berbagai unit organisasi harus dikoordinasikan dengan baik untuk mencapai tujuan yang

جامعة الرانري
AR-RANIRY

telah ditetapkan. Bagian pemasaran harus merumuskan bauran pemasaran yang paling sesuai untuk mecapai tujuan yang diinginkan melalui kepuasan konsumen.

5. Kepuasan pelanggan.

   Kepuasan pelanggan adalah istilah yang sering digunakan dalam pemasaran. Ini adalah ukuran bagaimana produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan keuntungan jangka panjang melalui kepuasan yang diinginkan konsumen.

2.3 Kepuasan Nasabah

2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasanadalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas (Lupiyoadi, 2014:34). Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Menurut (Gerson, 2017:22) kata "kepuasan atau satisfaction: berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup banyak, memadai) dan "facio" (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan menurut (Indrasari, 2019:29), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada perilaku pelanggan selanjutnya. Pelanggan yang merasa puas, dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Menurut Tjiptono(2014:353), pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Sedangkan pelanggan yang tidak puas dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau

جامعة الرانري
AR-RANIRY

penyedia jasanya bahkan bisa pula distributornya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek, dan berbagai macam perilaku komplain. Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah memciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

2.3.2 Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi (2016) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

   Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama, pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3. Emosional

   Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasanyang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4. Harga

   Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

   Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan

informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Menurut Daryanto (2014), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa, kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan personal. Namun dalam penelitian ini dari beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, peneliti merujuk pada satu faktor yaitu jasa, dari dimensi jasa tersebut peneliti akan melihat mana indikator yang paling memengaruhi kepuasan konsumen.

2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2014), untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan hendaknya memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran kepada perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar. Dari informasi tersebut, perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki masalah-masalah yang ada sehingga

جامعة الرانري
AR-RANIRY

tidak lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

1) *Ghost/mystery shopping*

Ghost/mystery shopping dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan menjadi pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan perusahaan pesaing. Selain itu tugas ghost shoppers juga untuk mengetahui secara langsung bagaimana kinerja karyawan.

2) *Lost customeranalysis*

Dilakukan dengan cara menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing, agar perusahaan dalam mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya.

3) Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dengan metode ini, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

Menurut Buchori (2014) ada 4 metode yang akan digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran (*Complain and sugestionsystem*)

Perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh konsumen. Ada juga perusahaan yang memberikan amplop yang telah tertulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan, serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, *customer hotline* (telepon bebas pulsa). Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2) Survei kepuasan pelanggan (*Customer satifaction survey*)
   Dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar konsumen. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.
3) Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)
   Dalam hal ini perusahaan menyuruuh orang tertentu sebagai pembeli keperusahaan lain atau keperusahaan sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya dan juga melaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan untuk pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga menjadi manajer sendiri harus turun kelapangan, misalnya belanja ketoko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman

جامعة الرانري
AR-RANIRY

manajer ini penting karena data dan informasi diperoleh langsung oleh dia sendiri.

4) Analisis pelanggan yang lari (*Lost customer analysis*)

   Konsumen yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan alasan mengapa mereka berhenti, atau pindah keperusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan memperbaki kinerja perusahaan sendiri agar tidak lagi ada konsumen yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

2.3.4 Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank syariah akan berpengaruh terhadap profitabilitas, selain itu kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai macam manfaat (Kasmir, 2017) diantaranya:

1. Terbangunnya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank syariah
2. Loyalitas nasabah terhadap bank syariah dapat tercipta.
3. Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka nasabah dengan sendirinya akan melakukan promosi kepada orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah tersebut (word of mouth).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4. Terjadinya pembelian ulang, di dalam bank syariah nasabah akan mengulang lagi pembelian produknya, artinya pelayanan yang diberikan oleh bank syariah memuaskan sehingga nasabah membeli kembali produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
5. Nasabah akan membeli produk lain di bank syariah tersebut, sehingga pembelian produk (barang atau jasa) oleh nasabah semakin beragam dalam suatu bank.

2.3.5 Elemen-Elemen Dalam Program Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2016) pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama, yaitu:

1) Barang dan Jasa Berkualitas

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnyaa harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip *quality comes first, satisfaction program follow* biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Seringkali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.

2) *Relationship Marketing*

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan para pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (*repeat business*) dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3) Program Promosi Loyalitas

Program promosi loyalitas diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini menberikan semacam penghargaan (*rewards*) khusus (seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan) kepada pelanggan kelas kakap atau pelanggan rutin agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.

4) Fokus pada Pelanggan Terbaik

Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang masuk *heavy users*. Tentu saja mereka berbelanjan banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan) daan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas ketimbang terus menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).

5) Sistem Penangan Komplain Secara Efektif

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah,perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan komplen. Jadi, jaminan kualitas harus mendahului penanganan komplain. Sistem penaganan komplain yang efektif membutuhkan beberapa aspek, seperti:

a. Pemohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami
b. Empati terhadap pelanggan yang marah
c. Kecepatan dalam penanganan keluhan
d. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah/keluhan
e. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan (via saluran telepon bebas pulsa, surat, e-mail-fax, maupun tatap muka langsung) dalam rangka menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan, dan atau komplain.

6) *Unconditional Quaranteesi*

Unconditional guaranteesi dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelangan. Garansi ini bermanfaat dalam mengurangi risiko pembelian oleh pelanggan, memberikan sinyal mengenai kualitas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

produk dan secara tegas menyatakan bahwa perusahaan bertanggungjawab atas produk/jasa yang diberikannya. Garansi yang baik harus memiliki beberapa karakteristik pokok, seperti:

a. Tidak bersyarat (tidak dibebani dengan berbagai macam peraturan, ketentuan, atau pengeculian yang membatasi/menghambat kebijakan pengembalian atau kompensasi).
b. Spesifik
c. Realistik (tidak bombastis yang cenderung tidak bisa dipenuhi
d. Berarti/meaningful (mencakup aspek-aspek penyampaian jasa yang penting bagi pelanggan)
e. Dinyatakan dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami (tidak dalam bahasa hukum yang berbelit-belit)
f. Mudah direalisasikan/ditagih bila menyangkut kompensasi atau ganti rugi tertentu).

7) Program *Pay-For-Performance*

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sabagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskn kebutuhannya. Dengan kata lain, total *custumer satisfaction* harus didukung pula dengan total quality reward yang

mengkaitkan sistem penilaian kinerja dan kompensasi dengan setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.

2.3.6 Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2014:369), menyatakan bahwa ada 6 (enam) indikator dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

   Kepuasan nasabah secara keseluruhan dapat diukur dengan cara menanyakan langsung kepada nasabah apakah mereka merasa puas dalam mendapatkan pelayanan di bank syariah. Misalnya menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan yang ada di bank syariah atau tidak.

2) Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah

   Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah-milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama, melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta ketersediaan nasabah untuk menilai jasa bank syariah berdasarkan item-item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, dan fasilitas fisik dari bank syariah tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectations*)

Konfirmasi harapan yang dimaksudkan ialah untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank syariah.

4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan langsung kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

5) Kesediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kepuasan nasabah juga dapat diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di bank syariah tersebut.

6) Ketidakpuasan Pelanggan/Nasabah (*Dissatisfaction Customer*)

Aspek-aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah yaitu komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke bank lain. Maka dari itu, hendaknya bank syariah perlu menyediakan sarana untuk melakukan keluhan seperti adanya customer service, call center dan kotak saran.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.4 Kualitas Produk

2.4.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2015) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.Kualitas produk merupakan usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah, misalnya apa yang dianggap berkualitas pada saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada saat yang akan datang (Tjiptono, 2016). Roisah (2016) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan ketepatan, kemudahan, pengoperasian dan reparasi produk serta atribut produk lainnya.

Menurut Melyani (2016) kualitas produk adalah keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka suatu perusahaan akan berusaha membuat produk berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) maupun inti (*core*) produk itu sediri. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yaitu kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang dan jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen.

2.4.2 Tujuan dan Pentingnya Kualitas Produk

Menurut Kotler (2015) tujuan kualitas produk yaitu mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah di tetapkan, mengusahakan agar biaya inspeksi serta biaya desain dari produksi tertentu dapat menjadi sekecil mungkin, dan mengusahakan agar biaya produksi menjadi serendah mungkin.

Ariani (2021) mengidentifikasi tujuh peran pentingnya kualitas, yaitu:

1) Meningkatkan reputasi perusahaan

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

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2) Menurunkan biaya

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

3) Meningkatkan pangsa pasar

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

4) Dampak internasional

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

5) Adanya tanggung jawab produk

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

جامعة الرانري
AR-RANIRY

6) Untuk menampilkan produk

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

7) Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting

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

2.4.3 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Hamdani (2015) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu*performance* (kinerja), *feature* (keistimewaan), *reliability* (kehandalan), *conformance with specifications*(kesesuaian dengan spesifikasi),dan *durability* (daya tahan). Berikut penjelasan dimensi kulitas produk:

1) Kinerja (*Performance*)

   Menurut Garvin dalam Laksana (2019) *Performance*berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu

produk, yang meliputi *faster* (lebih cepat) dan aspek *cheaper* (lebih murah). *Faster* disini berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau cara memperoleh produk, sedangkan *cheaper* berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan pelanggan.

2) Fitur (*Features*)

Fitur (*features*) merupakankarakteristik sekunder atau pelengkap dari produk ini keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhada suatu produk (Tjiptono, 2015:315).

3) Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpati, dan dengan akurasi tinggi.Keandalan sebuah produk merupakan ukuran kemungkinan kecil terhadap suatu produk tidak akan rusak atau gagal. kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh

جامعة الرانري
AR-RANIRY

konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen (Tjiptono, 2015:315).

4) Kesesuaiandengan spesifikasi (*Conformance With Specifications)*

   Kesesuaian (*conformancewith specifications*) yaitu kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang dinginkan oleh produsen yang sesuai dengan perencanaan perusahaan yang berarti produk-produk yang mayoritas sesuai dengan keinginan pelanggan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Karakteristik desain operasi memenuhi standar-sandar yang telah ditetapkan sebelumnya (Tjiptono, 2015:315).

5) Daya tahan (*durability*)

   Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat bertahan sebelum produk itu diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk (Tjiptono, 2015:315).

2.5 Kualitas Pelayanan

2.5.1 Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas layanan adalah persepsi nasabah tentang keunggulan layanan yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak nasabah dalam berbagai pengalaman layanan. Penyedia layanan yang berkualitas adalah penyedia yang dapat terus

memberikan pengalaman layanan yang memuaskan untuk jangka waktu yang lama (Tangkilisan,2015). Keller (2016), mengatakan bahwa kualitas layanan yaitu totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.Kualitas pelayanan merupakan faktor penting untuk profitabilitas, dan kesuksesan penyedia layanan. Kualitas layanan dianggap sebagai salah satu dari sedikit cara untuk diferensiasi layanan dan keunggulan kompetitif yang menarik pelanggan baru dan berkontribusi pada pangsa pasar. Untuk bersaing satu sama lain, memberikan kualitas layanan tingkat tinggi sangat penting bagi penyediaan layanan (Tjiptono,2015).

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan harus mengutamakan kualitas pelayanan karena kualitas layanannya sangat diperhitungkan oleh nasabah pada saat memilih merk jasa mana yang akan dipilih, maka dari itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus benar-benar teliti dan mempunyai standart perusahaan nya tersendiri agar pelayan-pelayan yang bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini dapat melayani konsumen dengan standart operational perusahaan yang ada.

2.5.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:261) pelayanan terbagi kedalam empat karakteristik, yaitu :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

   Jasa tidak berwujud, berbeda dengan berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, disentuh atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti kualitas jasa, yaitu dari lokasi, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Oleh karena itu, tugas penyedia layanan adalah mengelola bukti yang mewujudkan aset tidak berwujud.

2. Bervariasi (*variability*)

   Pada kuallitas pelayanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

3. Tidak Dapat Dipisahkan (*insenparability*)

   Secara umum jasa dihasilkan (diproduksi) dan dirasakan dalam waktu yang bersamaan, setelah itu jika seseorang ingin diserahkan kepada pihak lain, maka ia akan tetap menjadi bagian dari jasa tersebut.

4. Tidak Dapat Disimpan (*pershability*)

   Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh penerimanya. Karakteristik ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahaulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2.5.3 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dijelaskan oleh Adya (2014) sebagai berikut:

1. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan

   Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

2. Pola manajemen perusahaan

   Pola manajemen yang mensejahterakan dan tidak membebani karyawan dapat mendukung karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

3. Pengembangan sumber daya manusia

   Karyawan perlu dikembangkan kemampuan dan potensinya sehingga nantinya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

4. Keselarasan hubungan kerja

   Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan daapat didukung dengan adanya hubungan kerja yang selaras antara karyawan karena menciptakan situasi keakraban dan kehangatan.

5. Motivasi kerja karyawan

   Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan berkerja dan menampilkan performansi kerja yang maksimal, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

6. Kebijakan memberikan insentif

   Pemberian insentif yang adil sesuai dengan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan akan menciptakan kepuasan kerja karyawan dan mendukung ke arah terciptanya kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Sedangkan menurut Nangoi, (2004:132-133) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Kepemimpinan

   Karyawan membentuk kemampuan kepemimpinannya sendiri, sehingga memiliki motivasi kerja yang tinggi serta dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Atasan (*supervisor*) atau pimpinan diharapkan memiliki kepemimpinan pelayanan (*service leadership*), yaitu memiliki visi pelayanan, standar kerja yang tinggi, gaya kepemimpinan lapangan (*on-site*), dan integritas.

2. Semangat Kerja Tim

   Tanpa kerja tim, sulit untuk membangun sikap berorientasi kepada nasabah. Kerja tim memungkinkan karyawan untuk berpartisipasi melalui berbagai informasi dan pengambilan keputusan, sehingga memperkuat komitmen mereka terhadap kinerja terbaik.

3. Teknologi

   Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan

metode kerja yang inovatif berfungsi sebagai efisiensi alur kerja untuk mendukung keberhasilan melayani nasabah.

4. Kepuasan Kerja Karyawan

   Jika karyawan puas dengan pekerjaannya, maka layanan bisa menjadi optimal. Ketika karyawan puas dengan pekerjaannya, mereka dapat mewujudkan potensi kerja mereka, salah satunya adalah menyediakan layanan berkualitas tinggi kepada nasabah.

2.5.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Adam (2015:11)pada kualitas pelayanan yang baik terdapat lima jenis dimensipelayanan yaitu *Tangible*(Bukti Fisik), *Reliability*(Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance*(Jaminan), dan *Emphaty* (empati). Berikut penjelasan dimensi kualitas pelayanan:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

   Bukti Fisik (*tangible*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan serta fasilitas fisik terbaik perusahaan.Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan oleh lingkungan sekitar perusahaan merupakan bukti nyata bahwa penyedia jasa memberikan layanan (Purnawati, 2018).

   Menurut Martul (2014) kualitas pelayanan berupa bukti fisik *(tangible)* merupakan wujud nyata dari kualitas pelayanan, yang memberikan apresiasi dan membentuk

citra positif bagi setiap konsumen yang dilayani serta menjadi penilaian yang menentukan kemampuan pengembang jasa untuk menggunakan segala kemampuannya. Dari segi fisik, baik kemampuan menggunakan alat dan perlengkapan, peralatan pelayanan, inovasi, dan adopsi teknologi, serta menunjukkan kinerja yang baik, berwibawa, dan integritas yang tinggi ditunjukkan sebagai bentuk prestasi kerja kepada penerima layanan. Terdapat beberapa indikator bukti fisik, diantaranya:

a) Penampilan karyawan yang bersih dan rapi.
b) Desain interior ruangan *front office* yang nyaman.
c) Ruang tunggu yang nyaman dan bersih.
d) Kelengkapan peralatan yang lengkap dan memadai.
e) Ketersediaan area parkir yang luas dan aman.

2. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan janji yang diberikan, yang tercermin dari ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen, bebas dari kesalahan, sikap simpatik, dan sangat akurat (Purnawati, 2018). Kehandalan suatu organisasi individu dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi dinamika kerja yang terus bergulir dan kualitas pelayanan yang tinggi diperlukan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

sesuai dengan kehandalan pribadi karyawan (Sunyoto, 2015).

Setiap pelayanan memerlukan suatu bentuk pelayanan yang handal, yaitu dalam proses pemberian diharapkan setiap karyawan memiliki pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan dedikasi kerja yang tinggi, sehingga kegiatan kerja yang dilakukan akan menghasilkan pekerjaan yang menyenangkan dan memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan berlebihan dari karyawan, atas pelayanan yang diterima masyarakat (Parasuraman, 2014). Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah, dan lancar merupakan syarat evaluasi bagi tenaga pelayanan untuk menunjukkan realisasi kerja pegawai dan fokus dalam melayani. Terdapat beberapa indikator kehandalan menurut Tjiptono (2014:15), diantaranya:

a) Layanan yang diberikan tepat waktu, akurat dan terpercaya
b) Memiliki standar pelayanan yang jelas
c) Penyediaan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan
d) Kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kemampuan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas, serta selalu siap dan bersedia membantu nasabah dalam memecahkan masalah nasabah disetiap nasabah membutuhkan. Dalam proses pemberian pelayanan, setiap karyawan dituntut untuk mengutamakan pelayanan, tingkat respon dari pegawai terhadap konsumen harus sesuai dengan penyerapan, pemahaman, dan ketidaksesuaian berbagai bentuk pelayanan yang tidak mereka pahami. Untuk itu diperlukan penjelasan, pembudayaan, pembinaan, serta persuasi yang arif dan bijaksana terhadap berbagai bentuk prosedur dan makanisme kerja yang berlaku pada suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan tersebut dapat direspon secara aktif (Parasuraman, 2014).

Perusahaan menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap dalam menanggapi layanan yang diberikan.Setiap nasabah yang menerima layanan perlu menjelaskan pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan mudah dipahami. Jika pelayanan diberikan dengan benar dan nasabah yang menerima layanan memahami dengan jelas, maka pelayanan dianggap berhasil, dan ini akan menjadi prestasi kerja yang sukses. Terdapat beberapa indikator daya tanggap, diantaranya:

a) Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

b) Kesigapan karyawan dalam melayani nasabah.
c) Kesediaan karyawan dalam mambantu keluhan nasabah.
d) Karyawan mampu menanggapi nasabah dengan tepat.
e) Informasi yang diberikan kepada nasabah harus jelas dan rinci.
f) Karyawan memiliki pengetahuan luas

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan Jaminan/Kepastian (*assurance*) adalah kemampuan karyawan untuk memberikan rasa aman, sopan santun, dan berpengetahuan luas, sehingga pegawai dapat menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap perusahaan. Menurut Tjiptono (2014) jaminan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan kepercayaan karyawan, serta terhindar dari bahaya, resiko, dan kecurigaan. Menurut Parasuraman (2014) setiap bentuk pelayanan membutuhkan kepastian tentang pelayanan yang diberikan.Bentuk layanan kepastian sangat bergantung pada jaminan dari karyawan yang memberikan layanan, sehingga orang yang menerima layanan puas dan percaya bahwa semua bentuk urusan layanan yang dilakukan selesai dan pelayanan diselesaikan dengan cepat, akurat, lancar, dan berkualitas. Terdapat beberapa indikator jaminan, diantaranya:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a) Keamanan (*security*), nasabah merasa aman bertransaksi
b) Sopan santun (*courtesy*), karyawan bersikap ramah dan sopan kepada nasabah
c) Kompeten (*competence*), karyawan dapat menyelesaikan masalah nasabah dengan baik.
d) Komunikasi (*communication*), menyediakan kolsultan atau penasihat keuangan yang sangat baik.
e) Kredibilitas (*credibility*), jaminan kerahasiaan nasabah terjamin, sehingga dapat meumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.

5. Empati (*Emphaty*)

Empati (*empathy*) adalah segala sesuatu yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berusaha memahami keinginan nasabah.Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pemahaman tentang konsumen, memahami kebutuhan spesifik konsumen, dan menyediakan jam kerja yang nyaman bagi konsumen. Menurut Parasuraman (2014) jika setiap orang yang tertarik pada layanan memiliki empati atau perhatian terhadap penyelesaian, manajemen, atau komitmen yang sama terhadap layanan, maka pelayanan akan berjalan dengan baik dan berkualitas tinggi. Empati dalam organisasi kerja didasarkan pada prestasi kerja pegawai yang memberikan pelayanan yang berkualitas

sangat penting artinya mampu memahami konsumen dengan penuh perhatian, keseriusan, simpati, pengertian, dan partisipasi sehingga dapat memberikan perhatian penuh terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi nasabah. Terdapat beberapa indikator empati menurut Tjiptono (2014:14), diantaranya:

a) Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah.
b) Memahami kebutuhan nasabah secara spesifik.
c) Memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.
d) Setiap karyawan harus menjaga hubungan baik dengan nasabahnya.
e) Setiap nasabah harus mendapatkan pelayanan yang sama.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Dian Medina (2018) Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan	Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)	Hasil dari penelitian ini yaitu masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Shopee berdasarkan 5 dimensi kualitas

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti/Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)		pelayanan pada bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*).
2.	Mahrunnisa Gea (2018) Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pt Bni Syariah Cabang Medan Dengan Importance Performance Analysis (IPA)	Analisis IPA	Hasil penelitian ini secara keseluruhan untuk kepuasan terhadap kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari lima dimensi *Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy* memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan.
3.	Novia Jackxander (2018) Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pt. SPC Salimah Food	Analisis IPA	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada dimensi *Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy*pada Pt. SPC Salimah Food telah memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti/Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4.	Wardani Widyastuti (2016) Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta	Analisis IPA	Hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadapproduk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta berdasarkan hasilperhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut produk dapatdiartikan bahwa Banyu Mili Resto Yogyakarta belum memenuhi harapankonsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap produk restoranBanyu Mili Resto Yogyakarta.
5.	Ardina Hariasari (2015) Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Nikkou Ramen Yogyakarta	Analisis IPA	Hasil penelitian diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi padatingkat kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta adalah dari faktor kualitas produk terdiri dari *conformance*, *reliability*, *aesthetics,perceived quality* dan dari faktor kualitas jasa terdiri dari*responsiveness,assurance, empathy*. faktor yang paling dominan terhadap kepuasankonsumen di Nikkou Ramen adalah dari kualitas jasa *yaitu responsiveness.*

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Medina (2018), dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Shopee kepada konsumennya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kauntitatif. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan bukti langsung (tangible), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan kepedulian (empathy). Populasi penelitian yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jalan.Kpt.Muchtar Basri No.3 Medan, yang tidak mengetahui berapa banyak jumlahnya oleh peneliti. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui, maka penulis menggunakan kuota sampling sebanyak 50 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membeli produk Shopee via online.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA (Importane Performance Analysis). Dalam penelitian ini dapat didefenisikan permasalahan yang terjadi seperti banyaknya pesaing yang menawarkan produk-produk sejenis, terdapat beberapa hal mengenai ketidakpuasan konsumen dari dimensi bukti langsung (tangible), kehandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance),dan kepedulian (empathy). Batasan dalam penelitian ini hanya pada analisis

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kepuasan pelanggan terhadap pelayanan situs online shop Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket, sedangkan analisis data yang dilakukan menggunakan teknik Analisis Importance Performace.Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa *tangible* dan *responsiveness* telah memuaskan nasabah, sedangkan *reliability, assurance* dan *empathy* tidak memuaskan nasabah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Mahrunnisa (2018), dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pt Bni Syariah Cabang Medan Dengan Importance Performance Analysis (IPA)".Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan diPT BNI Syariah Cabang Medan. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juni sampai September 2017. Populasi penelitian adalahnasabah PT BNI Syariah Cabang Medan sebanyak 1.167 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *probability sampling*dengan jumlah sampel92 orang. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data dilakukan dengan Analisis Importance Performace. Hasil penelitian diketahui bahwasecara keseluruhan untuk kepuasan terhadap kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari lima dimensi (*Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy*) memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Ketiga, penelitian oleh Novia (2018), yang berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pt. SPC Salimah Food". Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada Pt. SPC Salimah Food. Populasi dalam penelitian kurang dari 100 maka seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Responden yang dijadikan sampel adalah konsumen dengan status sebagai distributor/agen tetap di Pt. SPC Salimah Food untuk wilayah Jabodetabek dengan total keseluruhan 38 distributor/agen aktif yang mana sudah dapat dipastikan bahwa konsumen telah mengenak SPC Salimah Food dengan baik. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *whole sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dengan metode *Importance Performance Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada Pt. SPC Salimah Food untuk dimensi *Tangible* yaitu 76,26%, untuk dimensi *Reliability* yaitu 74,36%, untuk dimensi *Responsiveness* yaitu 70,40%, untuk dimensi *Assurance* yaitu 76,21%, dan untuk dimensi *Emphaty* yaitu 75,90% yang artinya konsumen puas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Keempat, penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wardani (2016), dengan judul "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta".Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta sebanyak 80 orang perhari. Ukuran sampel penelitian ditentukan dengan tabel Issac dan Michael dengan taraf signifikan 5% yaitu sebanyak 65 orang. Pengambilan sampel ditentukan dengan insidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA (*Importance Performance Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, variasi menu, porsi hidangan, kualitas bahan makanan, penyajian makanan dan harga belum memuaskan konsumen.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ardina (2015), dengan judul "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Nikkou Ramen Yogyakarta".Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Nikkou Ramen. Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2014 sampai April 2015. Populasi penelitian adalah semua konsumen Nikkou Ramen kurang lebih 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik simple random sampling dengan menggunakan Tabel Issac dengan taraf signifikan 5% sehingga didapat sampel dengan jumlah 78 orang.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif program SPSS v.13. Hasil penelitian diketahui bahwakualitas produk pada tingkat harapan konsumen untuk variabel *performance, features, reliability, durability,*tidak memuaskan pelanggan dan pada variabel*conformance, serviceability, aesthetics, perceived quality*sangat memuaskan konsumen. Sedangkan pada kulitas pelayanan pada tingkat harapan konsumen untuk variabel*tangible,reliability*, tidak memuaskan konsumen dan pada variabel *responsiveness*, *assurance*, dan*Empathy*sangat memuaskan konsumen.

2.7 Kerangka Pemikiran

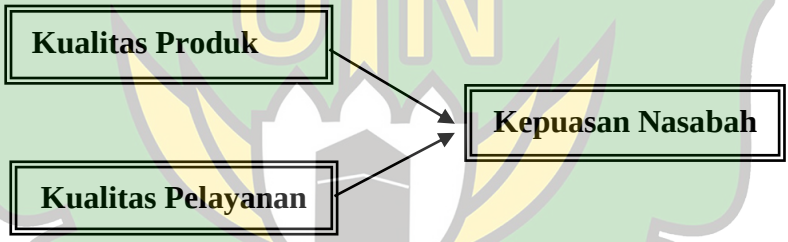
Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati. Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah.Tabungan Firdaus menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah.* Produk tabungan memiliki keunggulan diantaranya bebas biaya administrasi, jenis tabungan bervariasi, adanya sistem bagi hasil dan menggunakan akad sesuai syariah. Pada produk

جامعة الرانري
AR-RANIRY

tabungan sangat diperlukannya adanya kualitas pelayanan. Penelitian sebelumnya oleh Widyastuti (2016) terdapat kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah sangat mementingkat kualitas pelayanan yang baik karena dengan adanya pelayanan yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif.Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8).

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang prosedur pemecahan masalah diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek ataupun objek peneliti pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya yang meliputi interpretasi data dan analisis data.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali fakta tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah PT Bank Aceh Syariah Labuhan Haji, yang beralamat di Jln. Pendidikan, Desa Manggis Harapan, Kec. Labuhan Haji, Kab. Aceh Selatan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:135) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para nasabah Bank Aceh Syariah Labuhan Haji yang menggunakan produk tabunganFirdaus.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:118). Menurut Wijaya (2013) sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik, ciri dan teknik tertentu. Ada beberapa cara untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, tergantung dari populasi yang diketahui jumlahnya dan populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Pada penelitian ini, untuk mendapatkan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah

populasinya maka peneliti menggunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

$$\boldsymbol{n = \frac{z^2\, pq}{e^2}}$$

. . (3.1)

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan
z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% dengan nilai 1,96
p = Peluang benar 50%
q = Peluang salah 50%
e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10%

Sehingga:

$$n = \frac{z^2\, pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2\,(0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.01}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$$n = 96{,}04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat diketahui jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden sehingga dapat dibulatkan menjadi 100 responden.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Gulo (2015) untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Ada banyak metode yang kita kenal, antara lain wawancara, pengamatan (oservasi), angket atau kuesioner, dan dokumenter. Karena pengumpulan data pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan terkait dengan masalah yang dibahas, maka metode pengumpulan data pada penelitian ini meliputi survey lapangan (*field research*), yaitu dengan pengumpulan data kuesioner.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *non-probability sampling*. Sangadji (2010) menyatakan bahwa *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* peneliti menggunakan metode sampling aksidental (*accidental sampling*). Menurut Santoso (2017) *accidental sampling*adalah prosedur pengambilan sampling yang memilih sampel orang atau unit yang paling mudah ditemukan atau dikunjungi. Sehingga pada saat pengambilan sampel pada nasabah Bank Aceh Syariah Labuhan Haji merupakan nasabah produk tabunganFirdaus yang peneliti temui.

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden (Sugiyono, 2019). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang akan disebarkan kepada banyak responden.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiama (2013) adalah data yang dikumpulkan pada pihak lain yang mana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri.Dengan kata lain, data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui perantara. Seperti buku-buku literatur, majalah, koran, atau langsung dari webside perusahaan PT Bank Aceh Syariah Labuhan Haji dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang dtempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan (Sugiyono, 2016). Menurut Nazir (2013) teknik pengumpulan data yaitu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dengan kata lain teknik pengumpulan data adalah

metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti membagikan daftar pertanyaan kepada nasabah yang menabung di Bank Aceh Syariah Labuhan Haji, dan nasabah tersebut menjadi narasumber/responden dalam penelitian ini. Pengumpulan data pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan terkait dengan masalah yang dibahas, maka metode pengumpulan data pada penelitian ini meliputi penelitian lapangan (Field Research), yaitu metode pengumpulan data angket/kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Menurut Walgito (2010) Ada tiga jenis kuesioner yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup-terbuka. kuesioner tertutup adalah kuesioner yang memberikan alternatif atas pertanyaan atau jawaban yang diberikan, oleh karena itu responden tidakbebas menjawab pertanyaan atau pertanyaan selain dari alternatif jawaban yang diberikan dalam angket/kuesioner. Angket/kuesioner terbuka adalah kuesioner yang tidak memberikan pertanyaan atau jawaban atas pertanyaan yang diberikan, sehingga responden dapat memberikan jawaban secara

جامعة الرانري
AR-RANIRY

bebas. Angket/kuesioner tertutup-terbuka, merupakan gabungan dari angket/kuesioner tertutup dan terbuka.

Sementara itu, angket masih dibedakan atas angket langsung dan angket tidak langsung.Kuesioner langsung adalah kuesioner yang menjawab pertanyaan secara langsung kepada responden tanpa melalui perantara. Kuesioner tidak langsung adalah kuesioner yang tidak langsung diberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaantetapi melalui perantara. Jenis kuesioner pada penelitian ini yaitu kuesioner tertutup dan penyebaran secara langsung kepada responden tanpa perantara.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peniliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian tentangtingkat kepuasan nasabah terhadap produk tabungan Firdaus pada Pt. Bank Aceh Syariah Labuhan Haji.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variable bebas (*independen*) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya/timbulnya variable dependen (Sugiyono, 2018:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah produk tabungan Firdaus yang dilambangkan dengan (X).

Sedangkan variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independen*) atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:39). Variable dependen dalam penelitian ini adalahkepuasan nasabah yang dilambangkan dengan (Y). Definisi dan indikator mengenai variabel dalam penelitian ini dirangkum dalam tabel sebagaiberikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikato	Skala Pengukuran
Variabel Independen(X)			
Produk Tabungan(X) Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal,berkah, dan bertambah. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk Tabungan Bank Aceh yang menggunakan Akad Mudharabah (Wiroso, 2011).	Kualitas Produk	Bukti Fisik (*Tangible*) Kehandalan (*Reliability*) Daya tanggap (*Responsiveness*) Kepastian (*Assurance)* Empati (*Empathy*) (Hamdani, 2015)	*Interval*
	Kualitas Pelayanan	Kinerja (*performance*) Keistimewaan (*feature*) Kesesuaian (*conformance*) Kehandalan (*Reliability*) DayaTahan (*Durability*) (Adam, 2015:11)	*Interval*

Tabel 3.1-Lanjutan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Dependen (Y)			
Kepuasan Nasabah (Y) Kepuasan nasabah adalah situasi yang di tunjukkan oleh nasabah ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan (Tjiptono, 2012:301)	puasan Nasabah	Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*) Kesediaan UntukMerekomendasi (*Willingness to Recommend*) Ungkapan Rasa Puas dari Nasabah Terpenuhinya Harapan Nasabah	*Interval*

Sumber: Data diolah (2020)

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala interval, yaitu suatu skala di mana objek/ kategori dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu, di mana jarak/ interval antara tiap objek/ kategori sama. Skala ini mengolah data mentah berupa angka, yang kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2013).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Pilihan	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Netral (N)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber: Algifari (2016)

3.7 Uji Coba Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Umar (2013) validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2016) uji validitas adalah ukuran validitas atau tingkat validitas suatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau efektif memiliki validitas atau efektifitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid atau rendahnya efektifitas suatu instrumen berarti rendah pula validitas atau efektifitasnya. Validitas ini pada dasarnya digunakan untuk melihat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya pada objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid.

Menurut Siregar (2013:48) untuk menguji sejauh mana tingkat validitas instrumen penelitian data, maka dapat digunakan teknik korelasi *product moment* dari *pearson*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dan nilai r tabel *dengan* nilai signifikansi (α) = 0,10.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Relabilitas merupakan hal yang dapat dipercaya (tahan uji). Uji reliabilitas berfungsi dalam menetapkan apakah intrumen yang terdapat dalam kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali. Pengujian reliabilitas dapat sebagai sejauh mana konsistensi apabila tes diuji lebih dari satu kali dengan hasil yang relatif sama dalam artian terdapat korelasi yang signifikan (Setyawan, 2014). Dalam penentuan tingkat reliabilitas, suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila dalam kisaran *Cronbach's Alpha* > 0.60 dan apabila *Alpha* < 0.60 maka instrumen penelitian tidak reliabel (konsisten).

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2000). Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan*Importance Performance Analysis* (IPA)yaitu membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.8.1 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Tingkat kepuasan nasabah pada produk tabungan Firdaus ditentukan dengan cara membandingkan kesesuaian antara tingkat kepentingan/harapankonsumen atas suatu atribut dengan tingkat kinerja/kenyataan yang dirasakan konsumen terhadap atribut tersebut,cara ini disebut dengan metode analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). Menurut Supranto (2011) metode IPA memiliki kemudahan dalam penerapannya dan menampilkan hasil analisa yang dapat mempermudah dalam mengusulkan perbaikan kinerja, metode ini juga telah diterapkan pada berbagai bidang kajian.

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dilakukan untuk menguji apakah terdapat kesenjangan (Gap) antara harapan dengan kinerja. Gap positif (+) akan diperoleh apabila skor kinerja lebih besar dari skor harapan sehingga dikatakan bahwa nasabah sangat puas terhadap perusahaan tersebut, sedangkan apabila skor harapan lebih besar dari skor kinerja maka akan diperoleh gap negative (-) dan nasabah dianggap tidak/kurang puas.

Skor penilaian terhadap variabel tersebut menggunakan Skala Likertyaitu responden diminta untuk menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada atribut-atribut yang ditanyakan oleh peneliti,dengan menyatakan penting tidaknya serta puas tidaknya atribut tersebut bagi respondenketika menggunakan produk tabungan Firdaus.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dalam analisis IPA ada 2 perhitungan dalam mencari gap analisis, yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram kartesius.

a) Mencari Tingkat Kesesuaian

Pada metode ini pengukuran tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nasabah merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Supranto (2011) menjelaskan bahwatingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai hingga yang tidak sesuai.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian kepuasan konsumen pada teknik *Analisis Importance Performace* dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad \ldots (3.2)$$

Keterangan:
Tki = Tingkat kesesuaian responden
Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = Skor penilaian harapan/kepentingan pelanggan

Setelah mendapatkan hasil tingkat kesesuaian langkah yang harus dikerjakan yaitu mencari Skor (total kinerja dan harapan) untuk menemukan titik potong sumbu X dan sumbu Y. Untuk mencari sumbu X dan sumbu Y dapat dilakukan dengan rumus:

$$X = \frac{\Sigma Xi}{k} \text{ dan } Y = \frac{\Sigma Yi}{k}$$

. . (3.3)

Keterangan:
X = Skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan
Y = Skor rata-rata tingkat harapan pelanggan
Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = Skor penilaian kepentingan (harapan) pelanggan
k = Jumlah pertanyaan

Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian (Supranto, 2011):

1. Apabila kinerja dibawah harapan maka nasabah merasa tidak/kurang puas
2. Apabila kinerja sesuai/melebihi dengan harapan maka nasabah akan puas/sangat puas.

Kriteria penilaian tingkat kepuasan pelanggan:

1. Tingkat kesesuaian >100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah sangat puas.
2. Tingkat kesesuaian = 100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah merasa puas.
3. Tingkat kesesuaian < 100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka nasabah tidak/belum puas.

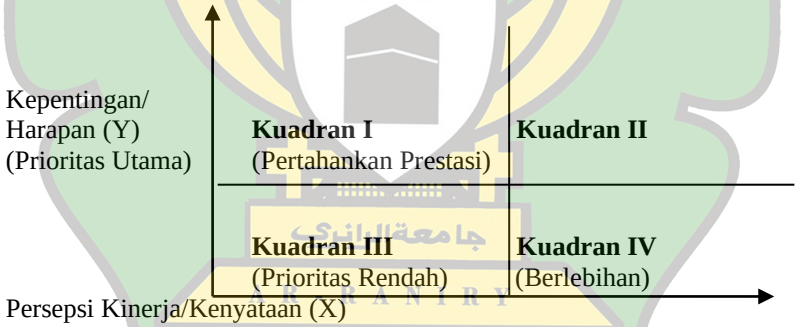
Dalam tingkat kesesuaian < 100% dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. 0 – 32% nasabah sangat tidak puas
2. 33 – 65% nasabah tidak puas
3. 66 – 99% nasabah kurang puas

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

b) Diagram Kartesius

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Sumber: J. Supranto 2013

Adapun penjelasan dari kuadran diatas adalah sebagai berikut:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut/pernyataan yang dianggap penting oleh nasabah tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan nasabah.

Tingkat kinerja dari atribut/pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan nasabah. Atribut-atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan nasabah.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut/pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukan bahwa atribut/pernyataan tersebut penting dan memilikikinerja yang tinggi. Danwajibdipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/diharapkan oleh nasabah dan hasilnya sangat memuaskan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh nasabah, atribut-atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah. Perbaikan terhadap atribut/pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah itu besar atau kecil.

d. Kuadran IV (Berlebiihan)

Kuadran ini atribut-atribut/pernyataan ini memiliki tingkat harapan/kepentingan rendah menurut nasabah akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh nasabah. Hal ini menunjukan bahwa atribut/pernyataan yang mempengaruhi

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kepuasan nasabah dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya atribut/pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaanya dilakukan dengan baik sekali.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan bank milik pemerintah daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Provinsi Aceh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam) dengan surat keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. Beberapa orang mewakili pemerintah daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan yang pada saat itu menjabat sebagai wakil notaris di Kutaraja untuk mendirikan suatu bank dalam bentuk perseroan terbatas yang bernama PT. Bank Kesejahteraan Atjeh NV. Setelah beberapa kali melakukan perubahan akte, kemudian 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.Ditetapkannya UU No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, semua bank milik pemerintah daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan UU tersebut.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi

BankPembangunan 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.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. 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 melalui Kepala OJK Provinsi Aceh (bankaceh.co.id, 2021). Perubahan system operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh.

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 (Bank Aceh Syariah, 2021).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.1.2 Berdirinya Bank Aceh Syariah Labuhan Haji

Bank Aceh Labuhan Haji beralamat di Jalan Pendidikan, Desa Manggis Harapan, Kec. Labuhan Haji, Kab. Aceh Selatan. Kemudian Pada tanggal 25 Mei 2015 Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah. 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. 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.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh sesuai Syariah baru dapat dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh termasuk Bank Aceh Syariah Labuhan Haji. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh Syariah Labuhan Hajitelah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh Syariah Labuhan Haji bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

4.1.3 Visi, Misi dan Motto 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 sumber daya organisasi dengan daya dan upaya maksimal untuk mewujudkannya.

Adapun visi PT. Bank Aceh Syariah sebagai berikut (Bank Aceh Syariah, 2021):Menjadi“Bank Syariah Terdepan Dan Terpercaya Dalam Pelayanan di Indonesia”.

Sedangkan misi PT. Bank Aceh Syariahsebagai berikut (Bank Aceh Syariah, 2021):

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah

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

Adapun motto Bank Aceh Syariah sebagai berikut (Bank Aceh Syariah, 2021):

1. "Kepercayaan" adalah suatu manifestasi dan wujud bank sebagai pemegang amanah dari nasabah. Pemilik dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.
2. "Kemitraan" adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara bank dan nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling menbutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh Syariah diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dalam rangka mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan (*corporate value*) berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya Islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah islami (bankaceh.co.id, 2021):

1. Integritas, yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten
2. Silaturrahim, yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta *stakeholder*
3. Loyalitas, yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah
4. Amanah, yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah
5. Madani, yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus.
6. Ikhlas, yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian secara keseluruhan kegiatan usaha PT. Bank Aceh Syariah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.2 Gambaran Umum Produk Tabungan FirdausBank Aceh Syariah Labuhan Haji

Tabungan firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah dan pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah. Tabungan ini merupakan salah satu produk Bank Aceh Syariah, dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan firdaus merupakan produk tabungan yang menggunakan akad mudharabah, yaitu mudharabah muthlaqah. Dimana nasabah menyerahkan sepenuhnya dana yang di investasikan kepada bank yang akan di kelola dengan cara menyalurkannya ke sektor-sektor ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah (Bank Aceh Syariah, 2021).

Kelebihan Tabungan Firdaus:

1. Aman dan Terpercaya
2. Transaksi ATM, dapat dilakukan di luar negeri (Malaysia, melalui jaringan ATM MEPS (*Malaysian Exchange Payment System*)
3. Bebas biaya transfer antar rekening
4. Bagi Hasil yang kompetitif
5. Bebas biaya administrasi pembukaan
6. Bebas biaya bulanan
7. Biaya penutupan rekening minimal Rp 25.000
8. Kemudahan dalam penyaluran Zakat, Infak dan Sadaqah

9. Diikutsertakan dalam program jaminan pemerintah
10. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Aceh Syariah Labuhan Haji sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, usia, Pendidikan, pekerjaan dan berapa lama menjadi nasabah Bank Aceh Syariah Labuhan Haji. Berikut dibawah ini akan dijelaskan beberapa karakteristik responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin dan Lama Menabung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang jenis kelamin dan lama menabung dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin dan Lama Menabung

Jenis_Kelamin	Frequency
Laki-Laki	32
Perempuan	68
Lama_Nasabah	**Frequency**
<1 tahun	6
>3 tahun	8
1 - 2 tahun	44
2 - 3 tahun	42
Total	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah responden dari Bank Aceh Syariah Labuhan Hajipada penelitian ini sebanyak 32 orang dari jenis kelamin laki-laki (32%), dan 68 orang

dari jenis kelamin perempuan (68%). Sementara paling lama nasabah menabung <1 tahun sebanyak 6 orang, di ikuti salama 1-2 tahun 44 orang, 2-3 tahun 42 orang dan 8 orang yang menabung diatas 3 tahun.

b. Umur, Pendidikan dan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang umur, Pendidikan, dan pekerjaan dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur, Pendidikan dan Pekerjaan

Umur	Frequency	Pendidikan	Frequency	Pekerjaan	Frequency
<20	7	SMP	5	Pelajar	6
20 - 29	90	SLTA/Sederajat	29	Mahasiswa/i	48
30 - 39	3	Diploma III	22	PNS	0
		Strata Satu	44	Lainnya	46
Total	100				

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Berdasarkan Tabel 4.2 menjelaskan bahwa jumlah responden dari Bank Aceh Syariah Labuhan Hajipada penelitian ini paling banyak yang menggunakan tabungan Firdaus pada usia 20-29 dengan jumlah 90 orang, di ikuti usia dibawah 20 tahun sebanyak 7 orang, dan hanya 3 orang yang berusia 30-39 tahun.

Pada pendidikannya paling banyak yang memakai tabungan Firdaus tamatan S1 sebanyak44 orang, di ikuti lulusan SLTA sebanyak29 orang, Diploma III22 orang, dan tamatan SMP sebanyak 5 orang. Rata-rata yang memakai tabungan Firdaus dari kalangan mahasiswa/i sebanyak 48 orang, Lainnya 46 orang, dan kalangan pelajar hanya 6 orang.

4.3.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian kualitas data pada penelitian ini diuji secara statistik menggunakan uji koefisien korelasi product moment dengan nilai signifikansi 0,10 dibantu oleh SPSS. Butir pertanyaan tersebut dikatan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel. Begitupun sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 100 responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.3
Uji Validitas

Dimensi	Atribut	Kinerja	Harapan	r table	Keterangan
Kualitas Produk	P1	.661**	.453**	0.165	Valid
	P2	.691**	.419**	0.165	Valid
	P3	.642**	.335**	0.165	Valid
	P4	.485**	.349**	0.165	Valid
	P5	.627**	.250*	0.165	Valid
	P6	.565**	.292**	0.165	Valid
	P7	.418**	.514**	0.165	Valid
	P8	.330**	.405**	0.165	Valid
	P9	.493**	.486**	0.165	Valid
	P10	.540**	.587**	0.165	Valid
Kualitas Pelayanan	P11	.689**	.579**	0.165	Valid
	P12	.569**	.533**	0.165	Valid
	P13	.505**	.366**	0.165	Valid
	P14	.651**	.637**	0.165	Valid
	P15	.672**	.544**	0.165	Valid
	P16	.654**	.604**	0.165	Valid
	P17	.583**	.501**	0.165	Valid
	P18	.619**	.551**	0.165	Valid
	P19	.604**	.574**	0.165	Valid
	P20	.711**	.682**	0.165	Valid
	P21	.423**	.457**	0.165	Valid
	P22	.726**	.754**	0.165	Valid
	P23	.733**	.733**	0.165	Valid
	P24	.604**	.550**	0.165	Valid
	P25	.639**	.682**	0.165	Valid
	P26	.604**	.583**	0.165	Valid
Kepuasan Nasabah	P27	.771**	.716**	0.165	Valid
	P28	.773**	.745**	0.165	Valid
	P29	.828**	.834**	0.165	Valid
	P30	.822**	.744**	0.165	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dapat dilihat dari hasil pengolahan data diatas, bahwasanya semua r hitungnya lebih besar daripada r tabel artinya valid dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan konsisten dalam melakukan penelitian secara berulang-ulang. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika nilai coefficients cronbach's alpha > 0.60. Hasil dari pengujian reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

Dimensi	Atribut	Kinerja	Harapan	Keterangan
Kualitas Produk	10	0.824	0.806	Reliabel
Kualitas Pelayanan	16	0.866	0.756	Reliabel
Kepuasan Nasabah	4	0.806	0.747	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa Tabungan Firdausdan Kepuasan Nasabahmempunyai Cronbach's Alpha diatas 0,60, sehingga diakatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

4.4 Hasil Uji Analisis Teknik *Importance Performance*

Dalam Importance Performance Analysis (Analisis KepentinganKinerja) ada 2 perhitungan dalam mencari gap analisis, yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Berikut hasil penelitiannya dipaparkan:

4.4.1 Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas ProdukTabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji

Pada tingkat kesesuaian dimensi kualitas produk memiliki lima atribut indikator yang akan diuraikan, sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tingkat KesesuaianKinerja (*Performance*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p1	481	484	99.38017
p2	472	475	99.36842

Sumber: Data diolah

Hasil pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada indikator*performance*dengan pernyataan no. 1 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki setoran awal yang ringan) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 481 dari jumlah 100 responden, tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 484 dari total 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 99,38%. Menurut kriteria tingkat kesesuaian maka nasabah merasa puas. Pernyataan no. 2 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 472 dari jumlah 100 responden, tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 475 dari total 100 responden,sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 99,36% yang artinya nasabah puas.

Tabel 4.6
Tingkat Kesesuaian Fitur (*Features*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p3	477	478	99.79079
p4	463	463	100

Sumber: Data diolah

Hasil pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada indikator*features*dengan pernyataan no. 3 (Adanya fasilitas Mobile Banking/action mobile) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 477 dari jumlah 100 responden, tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 478 dari total 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 99,79%, maka nasabah merasa puas.

Pada pernyataan no. 4 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki fasilitas kartu ATM Silver dan Gold) pada tingkat kinerja dan tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian yang sama yaitu sebesar 463 dari jumlah 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 100% dapat dikatakan kinerja dengan bahwa nasabah merasa puas.

Tabel 4.7
Tingkat Kesesuaian Keandalan (*Reliability*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p5	457	470	97.23404
p6	458	468	97.86325

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, pada indikator*reliability*dengan pernyataan no.5(Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah dapat mendorong nasabah untuk

menabung) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 457 dan tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 470 dari total 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 97,23%, maka nasabah kurang puas.

Pada pernyataan no.6 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah berdampak baik bagi nasabah) pada tingkat kinerja mendapatkan nilai 458 dan tingkat harapan mendapatkan penilaian sebesar 468 dari jumlah 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 99,86% artinya nasabah merasa puas.

Tabel 4.8
Tingkat Kesesuaian Sesuaian dengan Spesifikasi
(*Comformance WithSpecifications*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p7	462	475	97.26316
p8	479	477	100.4193

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.8 diatas pada indikator*Comformance withspecifications*dengan pernyataan no. 7 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 462 dan tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 475dari total 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 97,26%, maka dapat dikatakan bahwa nasabah kurang puas.

Pernyataan no. 8 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah bebas biaya administrasi bulanan) pada tingkat kinerja mendapatkan nilai 479 dan tingkat harapan mendapatkan

penilaian sebesar 477 dari jumlah 100 responden, sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 100,41% artinya nasabah merasa sangat puas.

Tabel 4.9
Tingkat Kesesuaian Daya Tahan (*Durability*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p9	470	465	101.0753
p10	459	453	101.3245

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas pada indikator*durability*, pernyatan no. 9 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki jangka waktu yang fleksibel dalam menabung sesuai dengan kesepakatan) tingkat kinerja yang dihasilkan sebesar 470 dan tingkat harapan sebesar 465 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian 101,07% yang artinya nasabah merasa sangat puas. Pada pernyataan no. 10 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki kemudahan bertransaksi diseluruh jaringan ATM) pada tingkat kinerja memperoleh bobot penilaian sebesar 456 dan tingkat harapan 453 dengan tingkat kesesuaian sebesar 101,32% sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah merasa sangat puas.

Berdasarkan tabel-tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada indikator Kinerja (*Performance*) terdapat dua pernyataan, kedua pernyataan tersebut dinilai baik oleh nasabah karena memiliki setoran awal yang ringan sehingga memudahkan nasabah dalam pembukaan tabungan Firdaus dan bank juga memberikan bagi hasil kepada nasabah setiap bulannya. Indikator Kinerja menghasilkan

nilai rata-rata 99,37%, maka dapat dikatakan bahwa Bank Aceh Syariah Labuhan Haji memiliki kinerja yang baik sehingga nasabah merasa puas. Selanjutnya pada indikator Fitur (*Features*) juga dianggap memuaskan oleh nasabah karena bank menyediakan fasilitas *Mobile Banking* (*Action Mobile*) yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dengan cepat sehingga nasabah merasa puas, hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata yang diperoleh pada indikator ini yaitu 99,89%.

Pada indikator Keandalan (*Reliability*) dilihat dari nilai rata-rata yang diperoleh yaitu 97,54% maka dapat dikatakan bahwa Keandalan pada kualitas produk belum mencapai harapan nasabah jadi bank harus meningkatkan indikator ini agar nasabah merasa puas.Kemudian pada indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Comformance with Specification*), pada indikator ini nasabah menilai bahwa produk tabungan Firdaus belum memenuhi kebutuhan nasabah karena nilai rata-rata yang diperoleh 98,83% jadi bank harus meningkatkan kembali agar mencapai 100% dan membuat nasabah merasa puas. Indikator kualitas produk yang terakhir yaitu Daya Tahan (*Durability*), pada indikator ini nasabah menilai produk tabungan firdaus memberikan jangka waktu yang fleksibel dalam menabung dan memiliki kemudahan dalam bertransaksi diseluruh jaringan ATM sehingga mendapatkan nilai rata-rata 99,38% yang artinya nasabah merasa puas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4.4.2 Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji

Pada tingkat kesesuaian dimensi kualitas pelayanan memiliki lima atribut indikator yang akan diuraikan, sebagai berikut:

Tabel 4.10
Tingkat Kesesuaian Bukti Fisik(*Tangible*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p11	468	468	100
p12	460	465	98.92473
p13	465	463	100.432
p14	455	456	99.7807

Sumber: Data diolah

Hasil penilaian penulis dari 100 responden yang ada terhadap indikator*tangible*pada pernyatan no. 11 (Bank Aceh Syariah menyediakan ruang tunggu dan ruang layanan yang bersih dan nyaman) tingkat kinerja yang dihasilkan sebesar 468 dari jumlah 100 responden dan tingkat harapan sebesar 468 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian 100% yang artinya nasabah merasa puas. Pada pernyataan no. 12 (Bank Aceh Syariah memiliki peralatan/fasilitas yang lengkap dan memadai) pada tingkat kinerja memperoleh bobot penilaian sebesar 460 dan tingkat harapan 465 dengan tingkat kesesuaian sebesar 98,92% sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah kurang puas.

Pada pernyataan no. 13 (Karyawan Bank Aceh Syariah berpenampilan rapi, bersih dan sopan) memperoleh bobot penilaian

pada tingkat kinerja 465 sebesar dan tingkat harapan sebesar 463 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 100,43% dapat dikataan bahwa nasabah merasa sangat puas. Pernyataan no. 14 (Bank Aceh Syariah menyediakan tempat parkir yang luas dan aman) pada tingkat kinerja mendapatkan bobot penilaian sebesar 455, tingkat harapan mendapatkan bobot penilaian sebesar 456 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar 99,78% yang artinya nasabah puas.

Tabel 4.11
Tingkat Kesesuaian Kehandalan (*Reliability*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p15	455	453	100.4415
p16	460	461	99.78308
p17	458	458	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, pada indikator*reliability*pernyataan no. 15 (Pelayanan yang dberikan Bank Aceh Syariah tepat waktu, akurat dan terpercaya) tingkat kinerja memiliki bobot penilaian sebesar 455 dan harapan sebesar 453 sehingga memperoleh hasil tingkat kesesuaian sebesar 100,44% maka nasabah sangat puas. Pernyatan no. 16 (Bank Aceh Syariah menyediakan layanan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan) mendapatkan bobot penilaian sebesar 460 pada kinerja dan 461 pada harapan sehingga mendapatkan hasil tingkat kesesuaian sebesar 99,78% maka nasabah puas. Selanjutnya pernyataan no. 17 (Karyawan Bank Aceh Syariah dapat diandalkan

dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah) memiliki bobot pada tingkat kinerja sebesar 458 dan tingkat harapan 458 mendapatkan hasil tingkat kesesuaian 100% maka dapat dikatakan bahwa telah memuaskan nasabah.

Tabel 4.12
Tingkat Kesesuaian Daya Tanggap(*Responsivenes*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p18	451	444	101.5766
p19	457	451	101.3304
p20	462	466	99.14163

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, indikator*responsivenes* pernyataan no. 18 (Karyawan Bank Aceh Syariah memiliki pengetahuan mengenai jasa yang disediakan) mendapatkan bobot sebesar 451 pada kinerja dan 444 pada harapan sehingga mendapatkan nilai pada tingkat kesesuaian sebesar 101,57% maka nasabah sangat puas. Pada pernyataan no. 19 (Karyawan Bank Aceh Syariah bersedia membantu semua keluhan nasabah) tingkat kinerja yang dihasilkan sebesar 457 dan tingkat harapan sebesar 451 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian 101,33% yang artinya nasabah merasa sangat puas. selanjutnya pada pernyataan no. 20 (Karyawan Bank Aceh Syariah menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti) pada tingkat kinerja memperoleh bobot penilaian sebesar 462 dan tingkat harapan 466 dengan tingkat kesesuaian sebesar 99,14% sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah merasa puas.

Tabel 4.13
Tingkat Kesesuaian Jaminan (*Assurance*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p21	471	467	100.8565
p22	462	467	98.92934
p23	456	453	100.6623

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, pada indikator *assurance* pernyataan no. 21 (Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah) mendapatkan bobot sebesar 471 pada kinerja dan 467 pada harapan sehingga mendapatkan nilai pada tingkat kesesuaian sebesar 100,85% maka nasabah merasa sangat puas. Pada pernyataan no. 22 (Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi) tingkat kinerja yang dihasilkan sebesar 462 dan tingkat harapan sebesar 467 sehingga menghasilkan tingkat kesesuaian 98,92% yang artinya nasabah merasa kurang puas. Dan pada pernyataan no. 23 (Kemampuan karyawan Bank Aceh Syariah dalam menyelesaikan masalah nasabah sangat baik dan tanpa kesalahan) pada tingkat kinerja memperoleh bobot penilaian sebesar 456 dan tingkat harapan 453 dengan tingkat kesesuaian sebesar 100,66% sehingga dapat dikatakan bahwa nasabah merasa sangat puas.

Tabel 4.14
Tingkat Kesesuaian Empati (*Emphaty*)

No	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p24	461	456	101.09
p25	461	457	100.87
p26	467	462	101.08

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka dapat dilihat pada indikator*emphaty*pernyataan no. 24 (Karyawan Bank Aceh Syariah selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah) tingkat kinerja memiliki bobot penilaian sebesar 461 dan harapan sebesar 456 sehingga memperoleh hasil tingkat kesesuaian sebesar 101,09% maka dikatakan bahwa nasabah merasa sangat puas. Pernyataan no. 25 (Karyawan Bank Aceh Syariah memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabahnya tanpa membeda-bedakan) mendapatkan bobot penilaian sebesar 461 pada kinerja dan 457 pada harapan sehingga mendapatkan hasil tingkat kesesuaian sebesar 100,87% maka nasabahjuga merasa sangat puas. Selanjutnya pernyataan no. 26 (Karyawan Bank Aceh Syariah sangat menjaga hubungan baik dengan nasabahnya) memiliki bobot pada tingkat kinerja sebesar 467 dan tingkat harapan 462 maka mendapatkan hasil tingkat kesesuaian 101,08% sehingga nasabah merasa sangat puas.

Tabel 4.15
Tingkat Kesesuaian Kepuasan Nasabah

Atribut	Kinerja	Harapan	TKI (%)
p27	471	476	98.94958
p28	460	462	99.5671
p29	457	456	100.2193
p30	456	456	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat pada indikator kepuasan nasabahpernyataan no. 27 (Bank Aceh Syariah menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan)

tingkat kinerja memiliki bobot penilaian sebesar 471 dan harapan sebesar 476 sehingga memperoleh hasil tingkat kesesuaian sebesar 98,94% maka dikatakan bahwa nasabah merasa kurang puas. Pernyataan no. 28 (Saya merekomendasikan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh Syariah kepada teman dan kerabat) mendapatkan bobot penilaian sebesar 460 pada kinerja dan 462 pada harapan sehingga mendapatkan hasil tingkat kesesuaian sebesar 99,56% maka nasabah puas. Selanjutnya pernyataan no. 29 (Saya akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah, baik produk maupun pelayanannya) memiliki bobot pada tingkat kinerja sebesar 457 dan tingkat harapan 456 maka mendapatkan hasil tingkat kesesuaian 100,21% sehingga nasabah merasa sangat puas. Kemudian pada pernyataan no. 30 (Saya menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain) memiliki bobot pada tingkat kinerja sebesar 456 dan tingkat harapan 456 maka mendapatkan hasil tingkat kesesuaian 100% sehingga nasabah merasa puas.

Berdasarkan tabel-tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada indikator Bukti Fisik (*Tangible*) memiliki empat pernyataan, keempat pernyataan tersebut dinilai baik oleh nasabah karena bank menyediakan ruang tunggu yang bersih, karyawan berpenampilan rapi, fasilitas yang dimiliki juga lengkap serta parkir yang luas, maka indikator ini memperoleh nilai rata-rata 99,78% yang berarti nasabah merasa puas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Pada indikator Kehandalan (*Reliability*) memberikan tiga pernyataan dan memperoleh nilai rata-rata 100,07%. Nasabah menilai bahwa Bank telah memberikan pelayanan tepat waktu, akurat, terpercaya serta dapat menangani masalah yang dihadapi nasabah dengan baik sehingga nasabah merasa sangat puas. Selanjutnya pada indikator Daya Tanggap (*Responsivenes*) terdapat tiga pernyataan yang mana bank telah memberikan pelayanan yang sangat baik untuk nasabah. Bank memiliki karyawan yang dapat membantu semua keluhan nasabah dan memiliki pengetahuan yang luas mengenai jasa yang disediakan sehinga dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh nasabah. Pada inidikator ini menghasilkan nilai rata-rata 100,68% yang artinya nasabah merasa sangat puas.

Pada indikator Jaminan (*Assurance*)ada tiga pernyataan nasabah yang mana nasabah menilai bahwa bank dapat mejamin kerahasiaan tabungan nasabah sehingga memperoleh nilai rata-rata 100,14% dan dapat dikatakan bahwa bank telah dapat memuaskan nasabah. Yang terakhir yaitu indikator Empati (*Emphaty*), nasabah menilai bahwa bank mampu memberikan solusi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah dan bank memberikan pelayanan yang sama pada nasabah tanpa membeda-bedakan maka pada indikator ini menghasilkan nilai rata-rata 101,01% yang artinya nasabah merasa sangat puas.

Penjelasan analisis faktor-faktor dimensi kualitas produk dan kualitas pelayanan pada produk tabungan Firdaus Bank Aceh

Syariah Labuhan Haji.Terdapat5 dimensi kualitas produk yaitu kinerja (*performance*),keistimewaan (*features*), kehandalan (*reliability*),kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*),dan daya tahan (*durability*). Dan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung *(tangible),*keandalan *(reability),* daya tanggap *(responsiveness),* jaminan *(assurance),* dan kepedulian *(empathy),* yang dikaitkan dengan analisis 4 kuadran dalam Diagram Kartesius. Berikut ini merupakan hasil diagram kualitas produk dan kualitas pelayanan pada produk tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah Labuhan Haji:

Sebelum membuat diagram kartesius terlebih dahulu dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Nilai rata-rata tersebut digunakan untuk mengetahui posisi atribut dalam diagram kartesius. Hasil perhitungan nilai ratarata dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

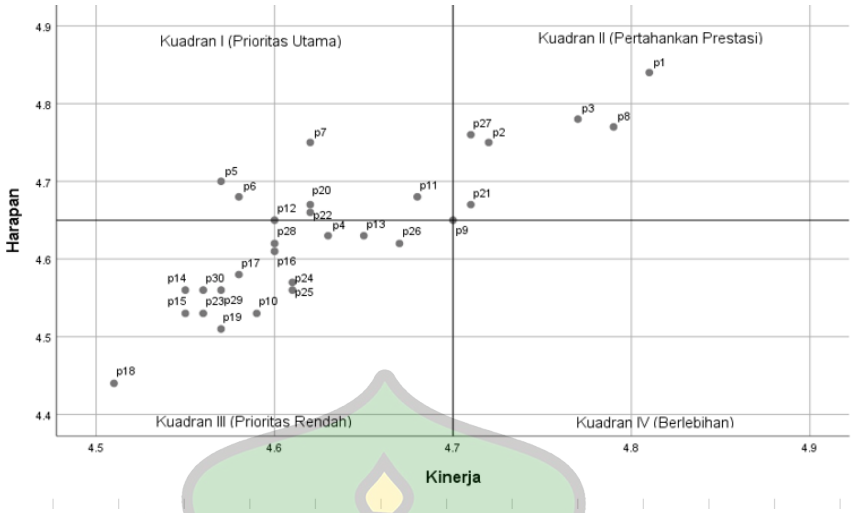
Tabel 4.16
Rata-Rata Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No.	Kinerja	Harapan	Rata-Rata X	Rata-Rata Y
p1	481	484	4.81	4.84
p2	472	475	4.72	4.75
p3	477	478	4.77	4.78
p4	463	463	4.63	4.63
p5	457	470	4.57	4.70
p6	458	468	4.58	4.68
p7	462	475	4.62	4.75
p8	479	477	4.79	4.77

p9	470	465	4.70	4.65
p10	459	453	4.59	4.53
p11	468	468	4.68	4.68
p12	460	465	4.60	4.65
p13	465	463	4.65	4.63
p14	455	456	4.55	4.56
p15	455	453	4.55	4.53
p16	460	461	4.60	4.61
p17	458	458	4.58	4.58
p18	451	444	4.51	4.44
p19	457	451	4.57	4.51
p20	462	466	4.62	4.66
p21	471	467	4.71	4.67
p22	462	467	4.62	4.67
p23	456	453	4.56	4.53
p24	461	456	4.61	4.56
p25	461	457	4.61	4.57
p26	467	462	4.67	4.62
p27	471	476	4.71	4.76
p28	460	462	4.60	4.62
p29	457	456	4.57	4.56
p30	456	456	4.56	4.56
Rata-Rata $\bar{\bar{X}}$dan $\bar{\bar{Y}}$			4.63	4.63

Sumber diolah 2022

Berdasarkan perhitungan tabel diatas didapatkan nilai rata-rata $\bar{\bar{X}}$ yaitu 4,63 dan nilai $\bar{\bar{Y}}$ 4,63. Nilai rata-rata didapat dari jumlah nilai rata-rata $\bar{X}$dan $\bar{Y}$ dibagi dengan 30 (total pernyataan). Nilai tersebut digunakan sebagai pembatas antara nilai nilai rata-rata $\bar{X}$ dan$\bar{Y}$berpotongan sehingga membentuk empat bagian. Selanjutnya hasil dari tabel tersebut dijabarkan pada diagram kartesius dan hasilnya dapat dilhat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.1 Diagram kartesius

Posisi masing-masing atribut pada ke empatkuadran tersebut dijadikan strategi untuk meningkatkankepuasan nasabah terhadap produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhanhaji karenamasing-masing atribut tersebut mempengaruhikepuasan pelanggan terhadap produk tabungan. Letakkuadran A berada pada kiri atas, letak kuadran Bberada pada kanan atas, sedangkan letak C dan Dberada pada kiri bawah dan kanan bawah.

Pada teknik Analisis *Importance Performance* digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan baginasabah berdasarkanlima indikator dari dimensi kualitas produk dan pelayanan. Ada empat kuadran yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan nasabah pada teknik *AnalisisImportance Performance* yaitu, kuadran I merupakan kuadran yang menunjukkan prioritas rendah karena harapannya tinggi sedangkan kinerjanya rendah, kuadran II

yaitu pertahankan prestasi yang menunjukkan harapan konsumen tinggi dan kinerja perusahaan juga tinggi, kuadran III yaitu prioritas rendah menunjukkan harapan rendah dan tingkat kinerja juga rendah dan yang terakhir kuadran IV yaitu berlebihan yang menunjukkan tingkat harapan pelanggan rendah sedangkan tingkat kinerja perusahaan tinggi.

Berikut merupakan hasil pembahasan dari kuadran kualitas produk dan pelayanan pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji:

a. Kuadran I(Prioritas Utama)

- P5 Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah dapat mendorong nasabah untuk menabung.
- P6 Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah berdampak baik bagi nasabah.
- P7 Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- P11 Bank Aceh Syariah menyediakan ruang tunggu dan ruang layanan yang bersih dan nyaman.
- P12 Bank Aceh Syariah memiliki peralatan/fasilitas yang lengkap dan memadai.
- P20 Karyawan Bank Aceh Syariah menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti.
- P22 Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi

b. Kuadran II(Pertahankan Prestasi)

- P1Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki setoran awal yang ringan.
- P2Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif.
- P3Adanya fasilitas Mobile Banking (action mobile).
- P8Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah bebas biaya administrasi bulanan.
- P21Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah.
- P27Bank Aceh Syariah menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan.

c. Kuadran III(Prioritas Rendah)

- P4Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki fasilitas kartu ATM Silver dan Gold.
- P10Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki kemudahan bertransaksi diseluruh jaringan ATM.
- P13Karyawan Bank Aceh Syariah berpenampilan rapi, bersih dan sopan.
- P14Bank Aceh Syariah menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.
- P15Pelayanan yang dberikan Bank Aceh Syariah tepat waktu, akurat dan terpercaya.
- P16Bank Aceh Syariah menyediakan layanan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan.

- P17Karyawan Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.
- P18Karyawan Bank Aceh Syariah memiliki pengetahuan mengenai jasa yang disediakan.
- P19Karyawan Bank Aceh Syariah bersedia membantu semua keluhan nasabah.
- P23Kemampuan karyawan Bank Aceh Syariah dalam menyelesaikan masalah nasabah sangat baik dan tanpa kesalahan.
- P24Karyawan Bank Aceh Syariah selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah.
- P25Karyawan Bank Aceh Syariah memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabahnya tanpa membeda-bedakan.
- P26Karyawan Bank Aceh Syariah sangat menjaga hubungan baik dengan nasabahnya.
- P28Saya merekomendasikan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh Syariah kepada teman dan kerabat.
- P29Saya akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah, baik produk maupun pelayanannya.
- P30Saya menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain.

d. Kuadran IV(Berlebihan)

- P9Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki jangka waktu yang fleksibel dalam menabung sesuai dengan kesepakatan.

4.5 Pembahasan Hasil

4.5.1 Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji

Berdasarkan hasil tingkat kesesuaian kepuasan nasabah terhadap kualitas produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji dilihat dari *performance*,*features*, *reliability*, *conformance with specifications*,dan *durability*terdapat pernyataan yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan Firdaus diantaranya yaitu produk tabungan Firdaus memilikisetoran awal yang ringan karena hanya memerlukan Rp50.000, produk tabungan Firdaus juga memberikan bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya dan tabungan nasabah juga tidak dikurangi karena tabungan Firdaus ini bebas biaya administrasi bulanan sehingga nasabah tidak perlu khawatir jumlah tabungannya berkurang.

Kepuasan nasabah merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012). Kualitas produk tabungan firdaus dinilai sudah sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan nasabah hal ini

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata yang diperoleh pada kualitas produk yaitu 99,36%, maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk tabungan Firdaus telah memuaskan nasabah.

Hal ini diukur dengan persentase menurut Supranto (2015) yaitu jika presentase yang didapat >100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah sangat puas. Jika persentase yang didapat =100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah merasa puas. Sedangkan apabila presentase yang didapat <100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi harapan nasabah maka dikatakan bahwa nasabah tidak/belum puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Novia (2018), dimanahasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada dimensi *Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy* pada Pt. SPC Salimah Food telah memenuhi kepuasan konsumen.Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardina (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk pada tingkat harapan konsumen untuk*performance, features, reliability, durability,*tidak memuaskan pelanggan dan pada*conformance, serviceability, aesthetics, perceived quality* sangat memuaskan konsumen. Begitupun penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016), menyatakan bahwa kualitas produk pada Banyu Mili Resto

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Yogyakarta belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

4.5.2 Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji

Berdasarkan hasil tingkat kesesuaian kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji terdapat indikator*tangible*,*reliability*, *responsiveness*, *assurance*dan*empathy*. Kualitas pelayanan pada tabungan Firdaus dinilai sangat baik oleh nasabah karena bank memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah seperti adanya fasilitas ruang tunggu dan ruang layanan yang bersih, karyawan berpenampilan rapi dan sopan, serta adanya tempat parkir yang luas dan aman. Bank juga memiliki karyawan yang memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang disediakan sehingga dapat menyampaikan kepada nasabah dengan jelas dan mudah dimengerti. Nasabah percaya bahwa bank dapat menjaga kerahasiaan tabungan nasabah serta dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah dengan baik.

Kualitas pelayanan yaitu berfokus dalam memenuhi kebutuhan dan persyaratan serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan nasabah (Arianto, 2018). Bank Aceh Syariah Labuhan Haji memberikan pelayanan tepat waktu, akurat dan

terpercaya serta dapat menangani masalah yang dihadapi nasabah sehingga nasabah menilai bahwa kualitas pelayanan pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai rata-rata yang diperoleh pada kualitas pelayanan yaitu 100,33% maka dapat dikatakan bahwa nasabah sangat puas dengan kualitas produk yang diberikan Bank Aceh Syariah Labuhan Haji.

Hal ini diukur dengan persentase menurut Supranto (2015) yaitu jika presentase yang didapat >100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah sangat puas. Jika persentase yang didapat =100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh nasabah maka dikatakan nasabah merasa puas. Sedangkan apabila presentase yang didapat <100% berarti kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi harapan nasabah maka dikatakan bahwa nasabah tidak/belum puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahrunnisa (2018), dimana hasil penelitian ini kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari *Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy*memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian (2018) kualitas pelayanan yang diberikan oleh Online Shop

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Shopeepada *Tanggible, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy*belum memuaskan pelanggan. Begitu juga dengan penelitian Ardina (2015), mennjukkan bahwa pada kulitas pelayanan pada tingkat harapan konsumen untuk *tangible,reliability*, tidak memuaskan konsumen dan pada *responsiveness, assurance,* dan*Empathy*sangat memuaskan konsumen.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menunjukan faktor-faktor tingkat kepuasan nasabah dan penanganannya perlu diprioritaskan lagi oleh Bank Aceh Syariah Labuhan Haji,karena tingkat harapan nasabah tinggi sedangkan tingkat kinerja masih rendah, khususnya pada pernyataan no. 5 pada dimensi kualitas produk atribut keandalan (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah dapat mendorong nasabah untuk menabung), pernyataan no. 6 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah berdampak baik bagi nasabah), selanjutnya pada dimensi kualitas produk atribut kesesuaian dengan pernyataan no. 7 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah), dan pada dimensi kualitas pelayanan atribut bukti fisik pernyataan no. 11 (Bank Aceh Syariah menyediakan ruang tunggu dan ruang layanan yang bersih dan nyaman), pernyataan no. 12 (Bank Aceh Syariah memiliki peralatan/fasilitas yang lengkap dan memadai), pada atribut daya tanggap pernyataan no. 20 (Karyawan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Bank Aceh Syariah menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti), dan yang terakhir pada atribut jaminan pernyataan no. 22 (Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi) masih harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi oleh Bank Aceh SyariahLabuhan Hajisebagai prioritas utama. Karena keberadaan faktor inilah yang danggap sangat penting oleh pelanggan sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum terlalu baik.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini nasabah menginginkan BankAceh Syariah Labuhan Haji mempertahankan kualitas produk dan pelayanannya tetap konsisten, khususnya pada dimensi kualitas produk atribut kinerja pernyataan no. 1 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki setoran awal yang ringan), pernyataan no. 2 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif), pada atribut fitur pernyataan no. 3 (Adanya fasilitas Mobile Banking (action mobile), selanjutnya pada atribut kesesuaian pernyataan no. 8 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah bebas biaya administrasi bulanan), dan pada dimensi kualitas pelayanan atribut jaminan pernyatan no. 21 (Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah), yang terakhir pernyataan no. 27 (Bank Aceh Syariah menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan). Ke enam pernyataan tersebut harus

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dipertahankan kinerjanya oleh BankAceh Syariah Labuhan Haji karena tingkat harapan/ kepentingan nasabah tinggi.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini menunjukkan bukti gambaran bahwasanyatingkat kesesuaian kinerja dengan harapan nasabah sudah sangat puas terpenuhi. Responden hanya perlu agar pihak bank tidak terlalu memerhatikan kuadran ini dan memfokuskan meningkatkan harapan pada kuadran I. atribut dan pernyataan yang masuk kedalam kuadran ini yaitu pada dimensi kualitas produk atribut fitur pernyataan no. 4 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki fasilitas kartu ATM Silver dan Gold), pada atribut daya tahan pernyataan no. 10 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki kemudahan bertransaksi diseluruh jaringan ATM).

Selanjutnya pada dimensi kualitas pelayanan atribut bukti fisik pernyatan no. 13 (Karyawan Bank Aceh Syariah berpenampilan rapi, bersih dan sopan), pernyataan no.14 (Bank Aceh Syariah menyediakan tempat parkir yang luas dan aman), pada atribut keandalan pernyataan no. 15 (Pelayanan yang dberikan Bank Aceh Syariah tepat waktu, akurat dan terpercaya), no. 16 (Bank Aceh Syariah menyediakan layanan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan), no. 17 (Karyawan Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah), pada atribut daya tanggap pernyataan no. 18 (Karyawan Bank Aceh Syariah memiliki pengetahuan mengenai jasa yang disediakan), no.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

19 (Karyawan Bank Aceh Syariah bersedia membantu semua keluhan nasabah), pada atribut jaminan pernyataan no. 23 (Kemampuan karyawan Bank Aceh Syariah dalam menyelesaikan masalah nasabah sangat baik dan tanpa kesalahan), pada atribut empati pernyataan no. 24 (Karyawan Bank Aceh Syariah selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah), no. 25 (Karyawan Bank Aceh Syariah memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabahnya tanpa membeda-bedakan), no 26 (Karyawan Bank Aceh Syariah sangat menjaga hubungan baik dengan nasabahnya), sedangkan pada dimensi kepuasan nasabah terdapat pada pernyataan no. 28 (Saya merekomendasikan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh Syariah kepada teman dan kerabat), no. 29 (Saya akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah, baik produk maupun pelayanannya), dan yang terakhir no. 30 (Saya menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain).

d. Kuadran IV(Berlebihan)

Pada kuadran ini, sepertinya responden menilai bahwasanya produk tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah sudah sangat baik dan terpuaskan, karena kepentingan berada pada tingkat kepentingan yang rendah, tetapi jika dilihat dari kinerja berada pada tingkat kinerja yang tinggi. Yang termasuk dalam kuadran ini yaitu dimensi kualitas produk atribut daya tahan pernyataan no. 9 (Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki

jangka waktu yang fleksibel dalam menabung sesuai dengan kesepakatan).

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas produk tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Haji sudah memuaskan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kinerja bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah, seperti produk tabungan Firdaus yang disediakan bank memilikisetoran awal yang ringan, dan memberikan bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya serta bebas biaya administrasi bulanan. Pada kualitas produk memperoleh nilai rata-rata 99,36%, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tabungan Firdaus memuaskan nasabah.
2. Selanjutnya tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah Labuhan Hajimemiliki tingkat kinerja bank sesuai dengan harapan nasabah. Bank Aceh Syariah Labuhan Haji memberikan pelayanan yang baik seperti adanya ruang layanan yang bersih, karyawan yang memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang disediakan serta dapat menangani masalah yang dihadapi nasabah. Sehingga kualitas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pelayanan Bank Aceh Syariah Labuhan Haji memperoleh nilai rata-rata 100,33% maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat memuaskan nasabah.

3. Berdasarkan pernyataan-pernyataan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan tabungan Firdaus Bank AcehSyariah Labuhan Haji telah memuaskan nasabah. Hal ini dapat dlihat pada kuadran I yang hanya terdapat 7 pernyataan dari 30 pernyataan yang diberikan. Pada pernyataan yang terdapat di kuadran I nasabah sudah puas namun nasabah mengharapkan lebih ditingkatkan kinerja perusahaan agar nasabah bisa merasa sangat puas.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang diangkat serta kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti memberi saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Bank Aceh Syariah Labuhan Haji, dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan pada tabungan Firdaus, diharapkan kepada pihak manajemen bank agar dapat memperhatikan dan meningkatkan kinerja bank yang dianggap masih rendah oleh nasabah terutama pada kuadran III. Hal ini dapat mendorong dalam peningkatan kepuasan dan kominmen nasabah supaya kedepannya terus menggunakan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dan menjadikan Bank Aceh Syariah Labuhan Haji sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi keuangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan dengan menggunakan metode regresi.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Al-Arif, M. Nur Rianto. (2017). *Lembaga Keuangan Syariah.* Bandung: Pustaka Setia.

Albarq, A.N. 2013. *Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study*.International BusinessResearch, Vol.7 No.1 pp. 14-22.

Ali, Muhammad. 2014. Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara

Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.

Anastasia, Tania dan Sutanto.2013.*Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Karyawan PT. DAI KNIFE di Surabaya*, Agora, Vol 1, No 3.

Anggriana, R., N. Qomariah. dan B. Santoso. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek" Jember. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia. 7(2) : 137-156.

Ardina Hariasari. (2015). Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, UNY.

Ariani, Dorothea Wahyu. 2021. Manajemen Kualitas (Edisi Ke-II). Universitas Terbuka. Tangerang Selatan

Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.

Barata, Adya. 2014. Dasar- Dasar Pelayanan Prima. PT. ElexMedia Komputindo, Jakarta.

Bharwana, T. K., & Mohsin, M. (2013). Impact of Service Qua lity on Customers ' Satisfaction : A Study from Service Sector especially Private Colleges of, 3(5), 1–7.

Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta

Burhanuddin, Y. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Danang Sunyoto. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)

Daryanto.(2014). Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

David Wijaya, (2017). "Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya". Jakarta: PT. Grasindo.

Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. Yogyakarta.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa Penerapan dan Penelitian, Andi Publisher.

Fandy, Tjiptono, Strategi Pemasaran, Penerbit ANDI, Yogyakarta 2016

Felix, R. (2017). *Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda*.Business & Financial Affairs, 5.

Gea Mahrunnisa. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan Dengan Importance Performance Analysis (IPA). Medan

Gerson, RF, 2014, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Terjemahan, Jakarta: PPM.

Gima Sugiama. (2013). Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Edisi Pertama. Bandung: Guardaya Intimarta.

Gulo, W. (2015: 100). Metodologi Penelitian. Jakarta: Grasindo.

Hamid, **Hamdani**, (2013), Pengembangan Sistem Pendidikan di Indonesia ,. Bandung, CV **Pustaka** Setia. Harijanto

Haryanto, Rudy. (2021). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik).*

Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.

Indrasari, M. (2019).Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Indrasari, M. (2019).Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

J. Supranto. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta: Rineka Cipta. 2011. pp 59-241.

Kasmir, 2014.*Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kasmir, 2014.*Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kasmir.(2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. Marketing an Introducing Prentice Hall. 12th edition. England: Pearson Education, Inc.

Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.

Martul, Shadiqqin. Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen. Penerbit Sinar Grafika, Jakarta; 2014

Medina, Dian. 2018. “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Online Shop Shopee(Study Kasus Pada Mahasiswa

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Sumatera : UMSU

Melyani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distriversa Buana Studi Kasus pada pemakai Balsem cap Macan di Jakarta. SNIPTEK, 1–13. Retrieved from http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/.

Melyani.(2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Distriversa Buana. Cakrawala : Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 16(September), 1–13. Retrieved from http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1288/1060

Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Novia Jackxander. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pt. Spc Salimah Food (Studi Kasus: Jabodetabek). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Panjaitan, Maludin. 2017. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. Medan : Jurnal Manajemen Vol 3. No. 2, dalam www.ejournal.Imiimedan.net, diakses 29 Oktober 2018.

Parasuraman., 2014., The Behaviorial Consequenses of Service Quality. New Jersey : Prentince Hall.

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017).Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai

Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). Among Makarti, 10(19), 70–90.

Roisah, Riris dan Dwizna Riana.2016."Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen". Ecodemica, Vol. IV No.1 April 2016

Rosalia, K. J., & Purnawati, N. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSU Surya Husadha di Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 5, 2442-2469.

Setyawan, Dodiet Aditya. (2 0 1 4) , Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen Penelitian. Surakarta: Poltekkes Kemenkes Surakarta.

Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono, 2013, Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)

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

Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung : IKAPI

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Tangkilisan, 2015, Manajemen Publik, Gramedia Widia, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono,Fandy. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.

Trisusanti, Yelli. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap*

Wardani Widyastuti 2016, Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Yogyakarta :UNY Press

Yarimoglu, E.K. (2014). A Review on Dimensions of Service Quality Models.Journal of Marketing Management. 2, (2), 79-93.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
FEBI UIN AR-RANIRY 2022

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PADA TABUNGAN FIRDAUS BANK ACEH SYARIAH LABUHAN HAJI KABUPATEN ACEH SELAMAT

Petunjuk pengisian:

1) Mohon dengan segala hormat kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan yang disediakan.
2) Berilah tanda *check list* (√) pada pilihan jawaban yang dianggap sesuai.
3) Kerahasiaan informasi akan sangat dijaga.
4) Setiap butir pertanyaan terdiri dari lima piilihan jawaban, diantaranya:

SP	: Sangat Puas	nilainya 5
P	: Puas	nilainya 4
N	: Netral	nilainya 3
TP	: Tidak Puas	nilainya 2
STP	: Sangat Tidak Puas	nilainya 1

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:……
2. Jenis Kelamin:

   ☐ Laki –laki

☐ Perempuan

3. Umur:
   - ☐ < 20Tahun
   - ☐ 20-29Tahun
   - ☐ 30-39 Tahun
4. Pendidikan Terakhir:
   - ☐ SMP
   - ☐ SLTA/Sederajat
   - ☐ Diploma III
   - ☐ S1
5. Pekerjaan:
   - ☐ Pelajar
   - ☐ Mahasiswa
   - ☐ PNS
   - ☐ Lainnya ...
6. Berapa lama menjadi nasabah:
   - ☐ < 1 tahun
   - ☐ 1-2 tahun
   - ☐ 2-3 tahun
   - ☐ > 3 tahun

جامعة الرانري
AR-RANIRY

KUISIONER PENELITIAN

1) Kualitas Produk

NO	PERTANYAAN	Kinerja/Kenyataan					Kepentingan/Harapan				
		SP	P	N	TP	STP	SP	P	N	TP	STP
***Performance* (Kinerja)**											
1	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki setoran awal yang ringan										
2	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif										
***Features* (Fitur)**											
3	Adanya fasilitas Mobile Banking (action mobile)										
4	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki fasilitas kartu ATM Silver dan Gold										
***Reliabiliity* (Keandalan)**											
5	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah dapat mendorong nasabah untuk menabung										
6	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah berdampak baik bagi nasabah										
***Comformance With Specifications* (Kesesuaian Dengan Spesifikasi)**											

7	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah											
8	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah bebas biaya administrasi bulanan											
	***Durability* (Daya Tahan)**											
9	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki jangka waktu yang fleksibel dalam menabung sesuai dengan kesepakatan											
10	Produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah memiliki kemudahan bertransaksi diseluruh jaringan ATM											

2) Kualitas Pelayanan

NO	PERTANYAAN	Kinerja/Kenyataan					Kepentinga/Harapan				
		SP	P	N	TP	STP	SP	P	N	TP	STP
	***Tangible* (Bukti Fisik)**										
1	Bank Aceh Syariah menyediakan ruang tunggu dan ruang layanan yang bersih dan nyaman										
2	Bank Aceh Syariah memiliki peralatan/fasilitas yang lengkap dan memadai										
3	Karyawan Bank Aceh Syariah berpenampilan rapi, bersih dan sopan										
4	Bank Aceh Syariah menyediakan tempat parkir yang luas dan aman										

***Reliability* (Kehandalan)**											
5	Pelayanan yang dberikan Bank Aceh Syariah tepat waktu, akurat dan terpercaya										
6	Bank Aceh Syariah menyediakan layanan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan										
7	Karyawan Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam										
NO	**PERTANYAAN**	**Kinerja/Kenyataan**					**Kepentingan/Harapan**				
		SP	**P**	**N**	**TP**	**STP**	**SP**	**P**	**N**	**TP**	**STP**
	menangani masalah yang dihadapi nasabah										
***Responsiveness* (Daya Tanggap)**											
8	Karyawan Bank Aceh Syariah memiliki pengetahuan mengenai jasa yang disediakan										
9	Karyawan Bank Aceh Syariah bersedia membantu semua keluhan nasabah										
10	Karyawan Bank Aceh Syariah menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti										
***Assurance*(Jaminan)**											
11	Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah										
12	Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi										

13	Kemampuan karyawan Bank Aceh Syariah dalam menyelesaikan masalah nasabah sangat baik dan tanpa kesallahan										
***Emphaty*(Empati)**											
14	Karyawan Bank Aceh Syariah selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah										
15	Karyawan Bank Aceh Syariah memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabahnya tanpa membeda-bedakan										
16	Karyawan Bank Aceh Syariah sangat menjaga hubungan baik dengan nasabahnya										

3) Kepuasan Nasabah

NO	PERTANYAAN	Kinerja/Kenyataan					Kepentingan/Harapan				
		SP	P	N	TP	STP	SP	P	N	TP	STP
1	Bank Aceh Syariah menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan										
2	Saya merekomendasikan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh Syariah kepada teman dan kerabat										
3	Saya akan mengatakan hal yang positif tentang Bank Aceh Syariah, baik produk maupun pelayanannya										

4	Saya menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain										

Lampiran 2.Hasil Analisis Teknik Importance Performance

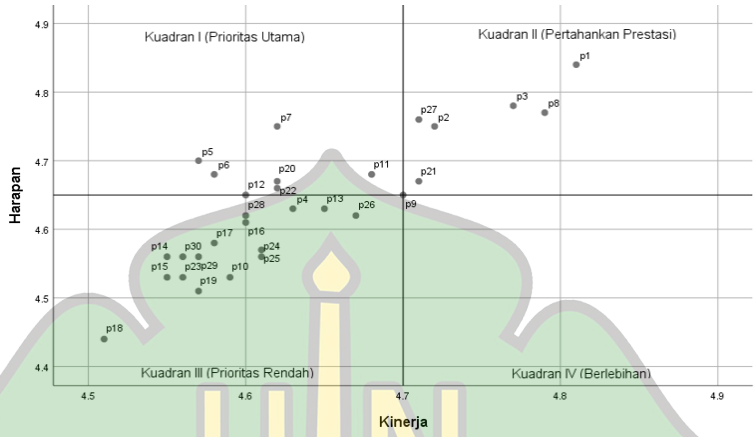
1. Tingkat Kesesuaian

No.	Atribut	Kinerja	Harapan	Rata-rata X	Rata-rata Y	TKI	%
1	p1	481	484	4.81	4.84	99.38017	99
2	p2	472	475	4.72	4.75	99.36842	99
3	p3	477	478	4.77	4.78	99.79079	100
4	p4	463	463	4.63	4.63	100	100
5	p5	457	470	4.57	4.7	97.23404	97
6	p6	458	468	4.58	4.68	97.86325	98
7	p7	462	475	4.62	4.75	97.26316	97
8	p8	479	477	4.79	4.77	100.4193	100
9	p9	470	465	4.7	4.65	101.0753	101
10	p10	459	453	4.59	4.53	101.3245	101
11	p11	468	468	4.68	4.68	100	100
12	p12	460	465	4.6	4.65	98.92473	99
13	p13	465	463	4.65	4.63	100.432	100
14	p14	455	456	4.55	4.56	99.7807	100
15	p15	455	453	4.55	4.53	100.4415	100
16	p16	460	461	4.6	4.61	99.78308	100
17	p17	458	458	4.58	4.58	100	100
18	p18	451	444	4.51	4.44	101.5766	102

19	p19	457	451	4.57	4.51	101.3304	101
20	p20	462	466	4.62	4.66	99.14163	99
21	p21	471	467	4.71	4.67	100.8565	101
22	p22	462	467	4.62	4.67	98.92934	99
23	p23	456	453	4.56	4.53	100.6623	101
24	p24	461	456	4.61	4.56	101.0965	101
25	p25	461	457	4.61	4.57	100.8753	101
26	p26	467	462	4.67	4.62	101.0823	101
27	p27	471	476	4.71	4.76	98.94958	99
28	p28	460	462	4.6	4.62	99.5671	100
29	p29	457	456	4.57	4.56	100.2193	100
30	p30	456	456	4.56	4.56	100	100

جامعة الرانري
AR-RANIRY

2. Diagram Kartesius



جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi:

Nama	: Mira Yumelda
NIM	: 190603347
TempatTanggallahir	: PanteGeulima, 17Mei 1999
JenisKelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswi
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status	: BelumMenikah
Alamat	: DesaBerabung, Kec. Syiah Kuala, Aceh Besar
E-mail	: mirayumelda136@gmail.com

RiwayatPendidikan

SD	: SD NegeriPanteGeulima, Kec. Labuhan Haji Barat, Kab. Aceh Selatan
SMP	: MTsNManggeng Aceh Barat Daya
SMA	: SMA NegeriUnggul Darussalam Labuhan Haji
Perguruan Tinggi	:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Orang Tua:

Nama Ayah	: YulidinSyah
Pekerjaan Ayah	: Petani
NamaIbu	: Ida Sukasih (Almh)
PekerjaanIbu	: -

Demikianlah biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya.