

**PENGARUH PEMASARAN PRODUK, PELAYANAN DAN  
FASILITAS TRANSAKSI KEUANGAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH  
MANDIRI. CABANG KOTA LANGSA**

**Skripsi**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dsn Bisnis Islam Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



**Oleh:**

**NANANG RAHMATIKA**

**NIM : 4012017027**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
TAHUN 2020 M / 1441 H**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa” oleh Nanang rahmatika. Nim 4012017027 Program Studi Perbankan Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa Pada Tanggal 24 Agustus 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 24 Agustus 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I

Dr. Early Ridho Kismawadi, MA  
NIDN. 2011118901

Penguji II

Chahayu Astina, SE, M. Si  
NIP. 19841123 201903 2 007

Penguji III

ISMAIL FAHMI ARRAUF NST, MA  
NIP. 19750829 200801 1 007

Penguji IV

Mastura, M. E. I  
NIDN. 201378701

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonom Dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



Dr. Iskandar, M.CL  
NIP. 19650616 1995031 002

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PEMASARAN PRODUK, PELAYANAN DAN FASILITAS  
TRANSAKSI KEUANGAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA  
PT. BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG KOTA LANGSA**

Oleh :

Nanang Rahmatika

Nim. 4012014027

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah

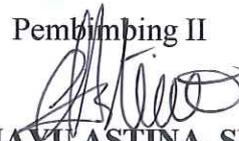
Langsa, 07 Februari 2020

Pembimbing I



**Dr. Early Ridho Kismawadi, MA**  
NIDN. 2011118901

Pembimbing II



**CHAHAYU ASTINA, SE, M. Si**  
NIP. 19841123 201903 2 007

Menyetujui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Dr. Early Ridho Kismawadi, MA**  
NIDN. 2011118901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nanang Rahmatika

Nim : 4012017027

Tempat/Tgl. Lahir : Sungai Liput, 11 November 1996

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)

Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Desa Sungai Liput, Dusun Alur Meranti Kecamatan

Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang Provinsi Aceh

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul  
“PENGARUH PEMASARAN PRODUK, PELAYANAN DAN FASILITAS  
TRANSAKSI KEUANGAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA  
PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KOTA LANGSA” benar karya  
asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat  
kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.  
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 25 Februari 2020

ng Menyatakan



**6000**  
ENAM RIBU RUPIAH

**Nanang Rahmatika**  
Nim. 4012017027

## MOTTO

*“ Mulai Dari “SAYA”, saya bisa, saya yakin,  
saya mampu ”*

*“ ..... Apabila kamu sudah membulatkan tekad, maka bertawakallah  
kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal  
kepada-Nya”*

*(Terjemahan QS. Ali Imran : 159)*

## PERSEMBAHAN

1. *B a p a k dan MamaK Tercinta*
2. *Adik-adekku*
3. *Sahabat Setiaku*
4. *Seluruh Keluargaku*
5. *Almameter Kebanggaanku*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Dalam penelitian ini sample yang di ambil peneliti sebanyak 70 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *qouta sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji asumsi klasik, regresi berganda, dan hipotesis. Hasil secara parsial (Uji T) Pengaruh Pemasaran Produk (X1) sebesar  $0,000 < \text{dari } 0,05$  , Pelayanan (X2) sebesar  $0,013 < \text{dari } 0,05$  , Fasilitas Transaksi Keuangan (X3) sebesar  $0,002 < \text{dari } 0,05$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Kepuasan Nasabah (Y). Hasil Uji F (Simultan) menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < \text{dari } 0,05$  artinya Pemasaran Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Transaksi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sayriah Mandiri Cabang Kota Langsa. Kemudian dari hasil uji *R- square* sebesar 0,698 artinya sebesar 69,8 % dapat di jelaskan oleh variabel Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan pada penelitian ini sedangkan sisanya sebesar 30,2 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Pemasaran Produk (X1), Pelayanan (X2), dan Fasilitas Transaksi Keuangan (X3), Kepuasan Nasabah (Y).**

## ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Product Marketing, Services and Financial Transaction Facilities on Customer Satisfaction at PT. Bank Syariah Mandiri Langsa City Branch. In this study the sample taken by researchers was 70 respondents. This research uses quantitative research methods. The technique used in this research is *Qouta sampling*. The types of data used in this study are primary and secondary. Data analysis techniques used in this study are the analysis of the classic assumption test, multiple regression, and hypotheses. Partial results (T-test) Effect of Product Marketing (X1) of 0,000 <from 0.05, Services (X2) of 0.013 <of 0.05, Financial Transaction Facilities (X3) of 0.002 <of 0.05 positive and significant effect on Customer Satisfaction and costomer satisfaction (Y). The F (Simultaneous) Test Result shows a significant value of 0,000 <from 0.05 which means that the Marketing of Products, Services and Facilities of Financial Transactions simultaneously has a significant effect on Customer Satisfaction at PT. Bank Sayriah Mandiri Langsa City Branch. Then the R-square test results of 0.698 means that 69.8% can be explained by the variable Marketing of Products, Services and Financial Transaction Facilities in this study while the remaining 30.2% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Marketing (X1), Services (X2), and Financial Transaction Facilities (X3), Costomer Satisfaction (Y).

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penulis ucapkan puji dan syukur alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang maha kuasa karena kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat bermahkotakan salam semoga Allah sampaikan kepada Rasulullah SAW yang telah menegakkan agama Islam di permukaan bumi. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang diadakan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, skripsi ini berjudul “Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini diselesaikan atas bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang banyak membantu penulis diantaranya :

1. Bapak dan m a m a tercinta, yang telah berjasa besar dalam hal mendidik, membimbing, memotivasi, dan mendoakan agar studi ini selesai sehingga kami menjadi anak yang shaleh/shalehah serta taat perintah Allah.
2. Ketua Prodi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Langsa Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA selaku pembimbing satu dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Chahayu Astina, SE, M. Si, selaku pembimbing dua dalam penulisan skripsi ini.
4. Tak lupa pula kepada seluruh sanak keluarga dan teman-teman yang membantu penulis baik berupa materi maupun non materi dalam penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman Organisasi Senat Mahasiswa (SEMA) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Priode 2019.

6. Kepada seluruh dosen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang sudah memberikan ilmu nya sealama ini dan mendoakan dalam pembuatan skripsi.
7. Terimakasih kepada pak T. Harris Perkasa yang telah membantu dalam melakukan penelitian di kantor PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.
8. Terimakasih kepada seluruh staff Perpustakaan IAIN Langsa yang Sentiasa Mendoakan dalam pembuatan skripsi dan menggunakan buku sebagai refesensi dalam pembuatan skripsi
9. Terimakasih buat Barida seseorang yang spesial yang selalu ada buat saya dan mendukung serta mendoakan dalam pembuatan skripsi
10. Sahabat-sahabat,Intan Permata Puri, Siska Yati Utami, Sarah Yulis yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT, untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penelitian skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti terlebih dahulu memohon maaf dan mengharapkan masukan bersifat membangun guna memperbaiki tulisan dan karya ilmiah selanjutnya.

Akhir kata, kepada Allah SWT kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam

Langsa, 25 Februari 2020

Peneliti

Nanang rahmatika  
NIM:4012017027

## TRANSLITERASI

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)

ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa‘ala	=	فَعَلَ
Zakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوْلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / اِ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Ṭalḥah	=	طَلْحَةَ

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعِمَّ

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

### a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الجَلالُ

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أَمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّا لِلَّهِ وَأَنَّا لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ الْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاسِبٌ يَعْلَمُ مَا تَعْمَلُونَ

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an

Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naşrun minallāhi wa fathun qarīb

بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	
<b>PESETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>TRANSLITERASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Penjelasan Istilah .....	10
1.7. Manfaat Penelitian .....	11
1.8. Sistematika penelitian.....	12
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pemasaran .....	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	14
2.1.2. Pemasaran Produk.....	14
2.1.3. Tujuan pemasaran .....	16
2.1.4. Indikator pemasaran.....	16
2.2. Pelayanan .....	18
2.2.1. Pengertian pelayanan .....	18
2.2.2. Kualitas pelayanan .....	19
2.2.3. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.....	21
2.3. Fasilitas Transaksi Keuangan.....	25
2.3.1. Pengertian Fasilitas .....	24
2.3.2. Pengertian Fasilitas Transaksi Keuangan .....	24

2.3.3.	Jenis Fasilitas Transaksi Keuangan di Bank .....	26
2.3.4.	Indikator Fasilitas Transaksi Keuangan .....	29
2.4.	Kepuasan .....	30
2.4.1.	Pengertian kepuasan.....	30
2.4.2.	Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah .....	31
2.4.3.	Indikator kepuasan .....	32
2.5.	Perbankan syariah.....	33
2.5.1.	Tentang perbankan syariah.....	33
2.5.2.	Prinsip-prinsip bank syariah.....	33
2.5.3.	Produk bank syariah.....	34
1.	Produk pendanaan.....	34
a.	Pendanaan dengan prinsip wadiah.....	35
a)	Giro al-wadi'ah.....	35
b)	Tabungan wadiah.....	35
b.	Pendanaan dengan prinsip mudharabah.....	36
a)	Tabungan mudharabah.....	36
2.6.	Penelitian terdahulu .....	38
2.6.1.	Persamaan dan Perbedaan .....	50
2.7.	Kerangka penelitian .....	55
2.8.	Hipotesis .....	56
2.8.1.	Pemasaran Produk.....	56
2.8.2.	Pelayanan .....	57
2.8.3.	Fasilitas Transaksi Keuangan.....	57
2.8.4.	Pemasaran produk, pelayanandan fasilitas transaksi keuangan .....	57

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	58
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	58
3.3	Populasi dan Sampel .....	58
3.4	Sumber Data Penelitian .....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.5.1.	Observasi .....	60
3.5.2.	Kuesioner/angket .....	62
3.5.3.	Wawancara.....	63
3.5.4.	Dokumentasi .....	63
3.6	Uji instrumen penelitian .....	64
3.6.1.	Uji validitas .....	64
3.6.2.	Uji reliabilitas.....	64
3.7	Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1.	Uji asumsi klasik.....	65
3.7.1.1.	Uji Normalitas .....	65
3.7.1.2.	Uji multikolonieritas.....	58
3.7.1.3.	Uji heteroskedestisitas .....	66

3.7.1.4. Uji autokorelasi .....	66
3.8 Pengujian hipotesis .....	67
3.8.1. Koefisien Determinasi (R-square).....	68
3.8.2. Uji T.....	68
3.8.3. UJI F .....	69

## **BAB IV HASIL penelitian**

4.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Mandiri Syariah Cab. Kota Langsa.....	70
4.2 Gambaran Umum Responden .....	71
4.3 Uji Persyaratan Analisis.....	72
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	81
4.6 Uji Hipotesis .....	83
4.6.1. Berdasarkan Kareteristik .....	83
4.6.2. Berdasarkan Usia .....	84
4.6.3. Berdasarkan Produk .....	84
4.6.4. Bersaraskan Aktivitas Saat Melakukan Transaksi .....	85
4.7 Analisis Uji Instrumen .....	86
4.7.1 Validitas .....	66
4.7.2 Realibilitas.....	88
4.8 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.8.1 Uji Normalitas .....	89
4.8.2 Uji Multikolinearitas .....	91
4.8.3 Uji Heterokedastisitas.....	92
4.8.4 Uji Autokorelasi .....	93
4.9 Analisis Regresi Berganda .....	94
4.9.1 Uji Determinasi ( R-Square).....	95
4.9.2 Uji T (Parsial).....	95
4.9.3 Uji F (Simultan) .....	100
4.10 Pembahasan Hasil Analisis Data .....	101
4.10.1 Pemasaran Produk .....	101
4.10.2 Pelayanan .....	102
4.10.3 Fasilitas Transaksi Keuangan .....	103
4.10.4 Pemasaran Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Transaksi Keuangan.....	105

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran-saran .....	108

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Total Jaringan Kantor Perbankan Syariah Statistik Perbankan Syariah 2019.....	1
Tabel 2.1 Prinsip Produk Pendanaan .....	35
Tabel 2.2 Perbandingan Tabungan Wadiah Dan Mudharabah .....	37
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1 Prinsip Produk Pendanaan .....	78
Tabel 3.2 Perbandingan Tabungan Wadiah dan Mudharabah .....	80
Tabel 4.1 Tenaga Kerja PT. Bank Syariah Mandiri Cab. Kota Langsa .....	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan .....	84
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transaksi .....	85
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	92
Tabel 4.13 Hasil Uji t .....	94
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	96
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	100

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan .....	32
Gambar 2.2 Keraangka Berfikir.....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	i
Lampiran 2. Deskriptif Responden.....	v
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesiner .....	x
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen .....	xii
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik .....	xvii
Lampiran 6. Uji Asumsi Regresi Berganda .....	xix
Lampiran 7. Data Uji Hasil Hipotesis .....	xix
Lampiran 8. QR Code .....	xxi
Lampiran 9. Dokumentasi Tempat Penelitian .....	xxi
Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara.....	xxiv
Lampiran 11. Produk Dan Fitur Fasilitas .....	xxvi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu tempat yang strategis untuk menjadi pasar syariah dengan populasi penduduk mayoritas agama Islam terbesar di dunia. Dalam perkembangan zaman, Ekonomi Syariah mendapat tanggapan yang cukup baik meliputi Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah dan lain sebagainya.

Menurut data Bank Indonesia (BI) sampai dengan bulan Maret 2019 terdapat tiga Bank Umum Syariah di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Mandiri Syariah (BSM) dan Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI), 364 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 496 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan dapat di lihat pada tabel 1.1<sup>1</sup>

<b>Tabel 1.1 Perkembangan Total Jaringan Kantor Perbankan Syariah – Statistik Perbankan Syariah 2019</b>							
<b>Keterangan</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>		<b>2019</b>		
			<b>Nov</b>	<b>Des</b>	<b>Januari</b>	<b>Februari</b>	<b>Maret</b>
<b>Bank Umum Syariah</b>	1.869	1.825	1.868	1.875	1.885	1.886	1.886
<b>Unit Usaha Syariah</b>	332	344	374	354	359	360	364
<b>BPRS</b>	453	441	457	495	469	470	496

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Maret 2019

---

<sup>1</sup><https://www.ojk.go.id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik--Perbankan-Syariah-Maret-2019.aspx> di unduh tanggal 29 Mei 2019

Dari tabel 1.1 tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Umum Syariah (BUS) dalam 4 tahun belakangan ini menunjukkan angka yang cenderung naik walaupun pada tahun 2017 sempat menurun sebesar 1.025 unit dari 1.869 unit di tahun sebelumnya dan naik kembali di tahun 2018 sebesar 1.875 unit.

Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam 4 tahun ini (2016-2019) cenderung konstan menaik dari 332 unit di tahun 2016 menjadi 364 unit di tahun 2019. Untuk BPRS pada tahun 2017 sempat menurun sebesar 441 unit dari 453 unit di tahun sebelumnya dan sempat naik kembali di tahun 2018 bulan Desember sebesar 495 unit.

Meningkatnya jumlah dan pangsa usaha Bank Syariah saat ini merupakan bukti meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap perbankan syariah. Seharusnya Perbankan Syariah memiliki potensi pasar yang besar mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar. Jadi perkembangan ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan, dimana persaingan tidak hanya terjadi antara Bank Konvensional tetapi juga antara Bank Syariah.

Menurut Undang-Undang No.21 tahun 2008, tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya dibagi terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>2</sup> Sebagaimana dalam

---

<sup>2</sup>M.Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2012), h. 98

perundang-undangan tersebut sangat jelas bahwa terdapat beberapa pertimbangan sehingga undang-undang ini diterbitkan.<sup>3</sup>

- a. Bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa Perbankan Syariah semakin melekat.
- b. Bahwa Perbankan Syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan Perbankan Konvensional.
- c. Bahwa dengan tujuan pembangunan Nasional Indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat adil, dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, perkembangan sistem ekonomi yang sesuai dengan nilai keadilan, kebersamaan, pemetaan, serta kemaslahatan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan kata lain bank menjalankan aktifitasnya sebagai lembaga Intermediasi (*financial intermediasy*) yaitu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara dari pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana.

Tujuan pemasaran produk untuk melakukan riset pasar, mengamati perilaku konsumen, menganalisis keluhan dan ketidakpuasan yang dialami konsumen, mencari jawaban produk atau jasa apa yang sedang disukai, akan disukai dan yang tidak disukai konsumen. Dengan demikian, produsen dapat menawarkan produk (barang, jasa, dan gagasan) kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Tugas pemasaran adalah menjual manfaat atau jasa yang diwujudkan ke dalam produk fisik, bukan hanya menggambarkan ciri-ciri produk tersebut.

---

<sup>3</sup>*Ibid.*....., h. 91-92

Di dunia perbankan, produk dan jasa yang ditawarkan pada dasarnya sama. Perbedaannya adalah cara mengemas produk dan cara pelayanan ke nasabah. Pemasaran produk dan pelayanan yang baik akan menyebabkan nasabah memilih untuk menggunakan produk dan jasa bank. Kepuasan konsumen akan tercapai bila pemasaran produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Bahwa bank harus semakin inovatif dalam mengembangkan produk barunya agar dapat memenuhi kebutuhan menciptakan kepuasan dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan, kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan baik.

Tujuan pelayanan perbankan adalah untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Pihak bank berusaha meningkatkan jasa pelayanan untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya. Bagi nasabah pelayanan ialah suatu alasan yang paling penting bagi nasabah dan dapat mempercayai bank karena pelayanan yang diberikan terhadap mereka. Tetapi masih ada beberapa nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh seorang *Customer Service* (CS) dan teller terlalu lama dalam melayani kebutuhan nasabah.

Dari hasil wawancara peneliti kepada dosen IAIN LANGSA mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Ekonomi dan Bisnis Islam yang menyatakan pelayanan teller dan *Customer Service*(CS) sangat lama menunggu antrian yang lama kadang

*Costumer Service* (CS) memanggil nasabah yang dikenal untuk didahulukan pelayanan serta SDM kurang.<sup>4</sup>

Pelayanan kurang saat pembayaran UKT di salah satu Bank Syariah di Kota Langsa, pelayanan tidak sesuai dengan no antrian dan berlarut-larut dalam melakukan transaksi pembayaran UKT serta slip pembayarannya juga menggunakan kertas biasa.<sup>5</sup>

Pelayanan terlalu lama saat melakukan transaksi serta teller kurang cekatan, dan lambat dalam melakukan transaksi.<sup>6</sup> Begitu pun dari hasil wawancara peneliti kepada salah satu mahasiswi Fakultas Tarbiyah PGMI, mengungkapkan bahwa merasa tidak puas dari pelayanan yang diberikan oleh seorang teller di Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.<sup>7</sup>

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan salah satunya adalah kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank secara tidak langsung akan memberikan kepuasan kepada nasabah. Pendekatan kualitas jasa yang paling banyak digunakan dalam riset penelitian pemasaran dalam modal *servqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh A. Leonard I. berry<sup>8</sup>. Dalam salah satu studynya tentang

---

<sup>4</sup> Nurjannah, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Laboratorium Terpadu (IAIN Langsa), tanggal 21 Juni 2019, (pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa)

<sup>5</sup> Fitri Yana, Mahasiswi Falkutas Tarbiyah IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Tarbiyah, tanggal 20 Juni 2019. (PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa)

<sup>6</sup> Andi Tarlis, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa), tanggal 20 Juni 2019.

<sup>7</sup> Fitri Yana, Mahasiswi PGMI Falkutas Tarbiyah IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Tarbiyah, tanggal 20 Juni 2019.

<sup>8</sup> A. Leonard I. berry Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta Salemba Empat, 2008), h. 181

*servqual* yang dapat di simpulkan bahwa ada 5 dimensi *servqual* yaitu: a) *Reliability*, b) *Responsiveness*, c) *Assurance*, d) *Empathy*, e) *Tangible*.<sup>9</sup>

Awal dari transaksi perbankan dimulai ketika nasabah melakukan transaksi secara manual yaitu berhadapan langsung dengan *teller*, hingga saat ini terus berkembangnya teknologi yang akan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi di mana dan kapan saja seperti melalui jasa mesin pembayaran yang disebut dengan ATM (*Automatic Teller Machine*) atau umumnya disebut juga Ajungan Tunai Mandiri.

Dengan ATM nasabah dapat melakukan transaksi keuangan dengan mudah, cepat sehingga dapat memberikan suatu nilai tersendiri bagi nasabah yaitu kepuasan terhadap pelayanan yang di berikan bank. Hal ini dapat memberikan kesempatan bagi bank untuk terus berusaha meningkatkan pelayanan dengan cara meningkatkan teknologi ATM.

Akan tetapi masih ada nasabah yang merasa tidak puas dengan sedikitnya jumlah ATM terkadang masih ada yang mengalami permasalahan *system* pada ATM yang membuat nasabah merasa tidak puas. Dari hasil wawancara peneliti kepada salah satu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang mengungkapkan bahwa mesin ATM sering sekali mengalami *offline* ruangan ATM juga masih banyak yang *print out* nya berserakan di lantai (tidak bersih). Sering terjadi *error system* dan tempat penyediaan mesin ATM masih sedikit di Kota Langsa.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>*Ibid.*, h. 182

<sup>10</sup> Chahayu Astina, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa), tanggal 21 Juni 2019

Selain ATM yang menjadi fasilitas transaksi keuangan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsamasih banyak juga fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabah di era milineal seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking*, *E-Money*, dan *QR Code* juga sudah ada di sebagian cafe-cafe di Kota Langsa. Untuk menarik minat nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dengan mudah dan nyaman agar nasabah merasa puas dengan fasilitas transaksi keuangan yang di sediakan bank.

Tapi masih ada keluhan dari nasabah terhadap fasilitas transaksi keuangan yang membuat nasabah merasa kurang puas saat melakukan transaksi keuangan. Dan dari hasil wawancara kepada dosen serta mahasiswa IAIN Langsa yang merasa kurang puas dengan fasilitas transaksi keuangan yang ada di Bank Syariah Cabang Kota Langsa mengungkapkan bahwa *BSM Mobile Banking* yang tidak dapat digunakan di luar negeri.<sup>11</sup> Dan belum tersediannya fasilitas transaksi keuangan seperti mesin *Stor Tunai* yang membuat nasabah harus datang ke bank untuk dapat melakukan penyetoran uang tunai di bank.<sup>12</sup> Serta ada salah satu dosen mengungkapkan tidak pernah menggunakan fasilitas kartu debit di karenakan takut terjadi gagal dalam melakukan transaksi.<sup>13</sup>

Sehingga jika ada bank yang tidak dapat memberikan pelayanan dengan baik ke nasabah maka akan tertinggal. Salah satu perusahaan industri di perbankan yang mencoba mengeksplorasi dan memberikan pelayanan ter *up date* sesuai

---

<sup>11</sup> Ade Fadillah FW Pospos, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa), tanggal 20 Juni 2019

<sup>12</sup> Fahrizal, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa), tanggal 21 Juni 2019

<sup>13</sup> Andi Tarlis, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa), tanggal 20 Juni 2019.

dengan standar untuk meningkatkan kepercayaan adalah Bank Mandiri Syariah (BSM). Bank Syariah Mandiri memiliki 1 Kantor cabang di Kota Langsa dengan akses 3 jaringan ATM<sup>14</sup>. Bank Syariah Mandiri memiliki kesempatan sangat baik untuk meningkatkan pemasaran produk maupun pelayanan. Apabila pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan yang baik tentu akan berdampak baik bagi bank. Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka dapat di identifikasikan berbagai masalah sebagai berikut :

1. Mengenalkan produk-produk pada suatu bank khususnya Bank Syariah kepada nasabah bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Pelayanan prima kepada nasabah adalah hal yang penting dilakukan karena Bank Syariah merupakan usaha yang bergerak pada sektor jasa.
3. Fasilitas Transaksi Keuangan yang inovatifter *up to date* dan mudah diperoleh dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas untuk mendapat fokus penelitian yang jelas maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan pak T. Harris Perkasa di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa, 21-Januari 20120

1. Tempat penelitian yang di ambil adalah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.
2. Variabel yang digunakan skripsi ini adalah Pemasaran Produk, Pelayanan, Fasilitas Transaksi Keuangan, dan Kepuasan Nasabah.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah di tulis maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pemasaran produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa ?
4. Bagaimana pengaruh pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa ?

#### **1.5. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

## **1.6. Penjelasan istilah**

### a. Pemasaran Produk

Pemasaran Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan sesuatu kebutuhan dan keinginan.<sup>15</sup>

### b. Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan dalam pemberian jasa atau perbuatan seseorang kepada pihak lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah-tamah, adil, tepat, cepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>16</sup>

### c. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.<sup>17</sup>

### d. Transaksi Keuangan

Transaksi Keuangan merupakan aktivitas ekonomi dalam sub-system perusahaan atau kejadian yang terjadi pada unit perusahaan yang dimiliki

---

<sup>15</sup> Veithzal Rivai, *“Islamic Marketing”*, (Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2016), h. 12

<sup>16</sup> Fadil Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga (Jakarta: Offset, 2017), h. 152

<sup>17</sup> Philip Kotler, dan Keller, Kelvin Lane. *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi 13 Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 2017), h. 166

objek pengukurannya dapat dilihat dengan nilai mata uang serta dalam sistem akuntansi yang mempengaruhi laporan keuangan yang dibuat.<sup>18</sup>

e. Kepuasan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas.<sup>19</sup>

### 1.7. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini agar dapat menjadi informasi bagi PT. Bank Syariah Mandiri cabang kota Langsa untuk dapat meningkatkan kinerja dan pelayanan, keyamanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Syariah cabang Kota Langsa sebagai pertimbangan untuk meningkatkan dan perbaikan dan pengembangan selanjutnya. Hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat dalam memberikan informasi bagi pihak-pihak lainnya untuk melakukan penelitian pada bidang yang sejenis.

1) Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa terhadap kepuasan nasabah mengenai pengembangan penelitian yang sudah ada.

---

<sup>18</sup>Anggi Yuliana Putri, “ *Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Kasus Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa)*” ( Skripsi IAIN Langsa, 2017), h. 27

<sup>19</sup> Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 3.(Andi: Jogjakarta: 2009), h. 177

## 2) Manfaat praktis

- a) Bagi Perbankan Syariah (PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Langsa)  
Sebagai masukan kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
- b) Bagi peneliti  
Sebagai pengembang teori yang sudah di dapat selama di jam kuliah dan sebagai salah satu syarat sidang kelulusan.
- c) Unsur Akademika  
Sebagai tambahan referensi untuk dapat dilaksanakan penelitian yang pada lebih mendalam.

### **1.8. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini penulis membaginya kedalam lima bab. Dimana dalam setiap bab nya hanya di fokuskan untuk membahas satu pembahasan saja. Adapun pokok-pokok yang di bahas pada masing-masing bab tersebut di kemukakan sebagai berikut:

#### Bab I :     Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematik penulisan.

#### Bab II :    Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan teori teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat di simpulkan suatu hipotesis dan varial variabel penelitian.

### Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian jenis dan sumber data populasi dan sampel teknik dan metode pengumpulan data dan analisis data. Dengan demikian dapat diketahui beberapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

### Bab IV : Hasil Penelitian

Bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktifitas dan pemasaran produk serta jumlah karyawan perusahaan.

### Bab V : Penutup

Bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Pemasaran

##### 2.1.1. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah *barter*. Proses pemasaran dimulai setelah barang-barang diproduksi dan berakhir dengan penjualan.<sup>20</sup> Perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu untuk dijalankan. Tanpa ada kegiatan pemasaran jangan harapkan kebutuhan dapat terpenuhi.<sup>21</sup>

Menurut kotler,<sup>22</sup> *Marketing* (Pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*Exchange*).

Pemasaran Bank adalah: “suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.”<sup>23</sup>

##### 2.1.2. Pemasaran produk

Pemasaran produk ialah munculnya berbagai kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar, mendorong produsen untuk mempelajari, melakukan riset pasar,

---

<sup>20</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Uman, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*” (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 37

<sup>21</sup> Anisa Pulungan, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Syariah Medan*”, (Skripsi, Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Sumatra Utara, 2009), h. 23

<sup>22</sup> Kotler Philips dalam buku karya Herry Sutanto, dan Khaerul Uman, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*” (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 37

<sup>23</sup> Kasmir, “*Pemasaran Perbankan*” (Jakarta: Cetakan Ke-2. PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 63

mengamati perilaku konsumen, menganalisis keluhan dan ketidakpuasan yang dialami konsumen, mencari jawaban produk atau jasa apa yang sedang disukai, akan disukai dan yang tidak disukai konsumen. Dengan demikian, produsen dapat menawarkan produk (barang, jasa, dan gagasan) kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.<sup>24</sup>

Konsep inti pemasaran adalah sebagai berikut :<sup>25</sup>

1. *Needs* (Kebutuhan)

Segala sesuatu yang ingin dipenuhi yang berasal dari dalam manusia.

*Needs* tidak bisa diciptakan maka produsen harus mampu mengidentifikasi *needs* dan *wants* suatu produk dengan cara melakukan riset pasar.

2. *Wants* (Keinginan)

Kebutuhan yang dipengaruhi oleh kebudayaan atau individualitas seseorang.

3. *Demand* (Permintaan)

Keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Jadi, sebelum memasarkan produk kita harus meriset, apakah ada *demand* (permintaan) terhadap suatu produk secara kuantitatif.

---

<sup>24</sup> Budi Rahayu Tanama Putri, "Manajemen Pemasaran", (Denpasar, Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017), h. 4

<sup>25</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Uman, "Manajemen Pemasaran Bank Syariah", (Bandung, Pustaka Setia, 2015), h. 37

#### 4. Pasar

Himpunan konsumen (pembeli nyata dan pembeli potensial) atas suatu produk, baik barang maupun jasa. Pasar dapat diartikan sebagai tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi.

##### 2.1.3. Tujuan pemasaran

Tujuan pemasaran bank secara umum adalah untuk:<sup>26</sup>

- a) Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi hingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui promosi mulut ke mulut (*word of Mouth*).
- c) Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki pilihan pula.
- d) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

##### 2.1.4. Indikator Pemasaran

Indikator perencanaan pemasaran sebagai berikut:<sup>27</sup>

- a. Pengorganisasian kegiatan pemasaran, yaitu:

---

<sup>26</sup>*Ibid*,....., h. 28

<sup>27</sup> Agustina Shinta, "Manajemen Pemasaran" (Universitas Brawijaya Press, Penerbit Elektronik Pertama Dan Terbesar di Indonesia, Malang, 2011), h. 4-5

Proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja.

Tujuan : setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan, pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga kegiatan tidak *overlapping* pekerjaan

b. Pengarahan kegiatan pemasaran, yaitu:

Usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agar semuanya itu dapat dilakukan dengan baik, meliputi:

- Pemberian perintah secara baik, harus ada *follow up*-nya, secara sederhana, perlu penjelasan sehingga ada pengertian dan sifatnya harus konsultatif.
- Motivasi
- Kepentingan

Dengan pengarahan segala kegiatan yang menyimpang akan terdeteksi dan pimpinan dapat memberikan motivasi untuk menghasilkan sesuatu dengan harapan serta agar terjadi harmonisasi antara organisasi *firm*.

c. Pengkoordinasian kegiatan pemasaran, yaitu :

Usaha meng-sinkronkan dan menyatukan segala kegiatan pemasaran dalam organisasi agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien.

Cara-cara menjalankan koordinasi yang efektif, dengan berbagai cara, yaitu:

1. Diadakan prosedur yang terang dan jelas dan ditentukan tanggal penyelesaian (*dead line*).
2. Koordinasi dilakukan secara formal melalui pimpinan staff pembantu, panitia maupun pejabat penghubung tetap dilakukan kontrak tidak formal.

## **2.2. Pelayanan**

### **2.2.1. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan merupakan kegiatan dalam pemberian jasa atau perbuatan seseorang kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah-tamah, adil, tepat, cepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>28</sup>

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Fadil Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga (Jakarta: Offset, 2001), h. 152

<sup>29</sup> *Ibid*....., h. 152

### 2.2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk manusia/tenaga kerja. Proses dan tugas serta lingkungan yang memilih atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.<sup>30</sup>

Pelayanan adalah suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima nasabah dengan pelayanan yang sesungguhnya. Dengan demikian kualitas pelayanan adalah *service* yang memiliki mutu tinggi sehingga dapat memenuhi bahkan melebihi keinginan pelanggan.<sup>31</sup> Agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang harus dilakukan yaitu :<sup>32</sup>

- a. Tingkah laku yang sopan.
- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang lain yang bersangkutan.
- c. Waktu penyampaian yang tepat.
- d. Ramah-tamahan.
- e. Dan cepat tanggap.

Layanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis: *Pertama*, pelayanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia. *Kedua*, pelayanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi. Pelaksanaan pelayanan dapat di ukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar, baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar

---

<sup>30</sup> M.N. Nasition, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 41

<sup>31</sup> Abdul Rozak, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai*” (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang), (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016), h. 31

<sup>32</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Cet. Ke-6, 2002), h. 23

tersebut akan dapat memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>33</sup>

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas seperti dijelaskan QS. AL-Baqarah: 267:<sup>34</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا اَلۡرِزۡقَ مِّنۡ لَّدُنِّىۡۤ اۤىۡتٰتٍۭ يَّكۡفُرۡنَ بِهَا  
حَمِيۡدٌ عَنۡىۡ ۙ اِنَّ اللّٰهَ اَنَّ وَاَعۡلَمُوۡا فِىۡهٖ تَغۡمِضُوۡا اَنَّ اِلَّا بِمَا حٰذِيۡهٖ وَاَلَسۡتُمۡ تَنۡفِقُوۡنَ مِّنۡهُ اَلۡخَبَرُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari pada nya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”

Tafsir dari ayat tersebut Allah menganjurkan kepada hamba-hamba-Nya untuk menginfakkan sebagian apa yang mereka dapatkan dalam berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman dan biji-bijian maupun buah-buahan, dan ini mencakup zakat uang maupun seluruh perdagangan yang dipersiapkan untuk dijual belikan, juga hasil pertanian dari biji-bijian dan buah-buahan. Termasuk dalam keutamaan ayat ini, infak yang wajib maupun yang sunnah. Allah memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi rendah (mutunya) lalu mereka memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang berhak menerimanya kecuali dengan kedongkolan dan memicingkan mata. Maka yang seharusnya adalah mengeluarkan yang tengah-tengah dari semua itu, dan yang

---

<sup>33</sup> *Ibid*, h. 24

<sup>34</sup> Depag RI, “*Al-Qur’an Dan Terjemahannya*”, (Jakarta: Karya Insani Indonesia, 2017), h. 57

lebih sempurna adalah yang jelek, karena yang ini tidaklah memenuhi infak yang wajib dan tidak akan memperoleh pahala yang sempurna dalam infak yang sunnah.<sup>35</sup>

Apabila kita tarik kearah pelayanan maka ayat tersebut dapat bermakna bahwa sebagai garis terdepan dalam lalu lintas keuangan Perbankan Syariah melayani dan memperlakukan seseorang dengan baik sebagaimana memperlakukan diri sendiri. Semua perusahaan mempunyai suatu perencanaan dalam mencapai visi misi perusahaan tentang kualitas pelayanan adanya proses *review* dalam setiap rencana yang dilakukan adanya komunikasi yang baik antara semua perusahaan dan orang-orang yang bersangkutan.<sup>36</sup>

### 2.2.3. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Indikator pelayanan yang berkualitas:<sup>37</sup>

#### 1) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Indikator daya tanggap:

##### a) Kesiediaan dan kesiapan tugas

Petugas bersedia dan memiliki kesiapan untuk membantu para penerima layanan dan merespon permintaan mereka.

---

<sup>35</sup> Syaikh Abdurrahman Bin Nashir As-Sa'di, "*Taisir Al-Karim Ar-Rahman (Tafsir Al-Qur'an*", (Jakarta: Darul Haq, 2017), h. 376

<sup>36</sup> Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran,.....h. 141

<sup>37</sup> Eet Saeful Hidayat, "Kinerja Pelayanan Biokrasi Mewujudkan Kepuasan Pelanggan" (FISIP UNIVERSITAS GALUH, 2019) h. 46

b) Kecepatan petugas

Petugas selalu menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat.<sup>38</sup>

2) *Reliability* (Kehandalan)

Sesuatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama tanpa kesalahan kapanpun pelayanan tersebut diberikan. Artinya pelayanan yang diberikan handal, bertanggung jawab, sopan. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Indikator kehandalan:

- a. Karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan karyawan dituntut untuk handal dalam menyelesaikan pekerjaannya.
- b. Karyawan memperhatikan saat anggota menyampaikan keluhannya karyawan juga tidak hanya harus handal dalam memberikan pelayanan tapi karyawan dituntut untuk memperhatikan keluhan yang dirasakan oleh nasabah sehingga nasabah merasa bahwa dirinya diperhatikan.
- c. Kehandalan karyawan dalam menjalankan pelayanan jasa dari awal sampai akhir dan karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan handal sehingga nasabah merasa bahwa karyawan mampu menyelesaikan pekerjaannya dalam melayani kebutuhan nasabah sampai selesai.
- d. Penggunaan pencatatan yang akurat ini harus dapat dilakukan dengan baik sehingga dengan pencatatan yang akurat maka nasabah akan merasa

---

<sup>38</sup> Badi'u Rajab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah" ( Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013), h. 21

aman untuk melakukan berbagai bentuk transaksi tanpa harus takut untuk mengalami kerugian.

### 3) *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, baik, ramah-tamah dalam perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan saat memberikan informasi dan kemampuan menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Adanya perasaan aman bagi nasabah untuk melakukan transaksi dengan kesopanan dan kemampuan karyawan ini akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan. Indikator jaminan:<sup>39</sup>

1. Kredibilitas (*Credibility*), adanya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada nasabah *believabilitas* yang baik bagi perusahaan untuk masa yang akan datang.
2. Keamanan (*Security*), pelayanan yang mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan yang membuat nasabah merasa aman selama berurusan dengan karyawan.
3. Sopan santun (*Courtesy*), pelayanan ini dengan nilai moral yang harus dimiliki oleh karyawan saat memberikan pelayanan pada nasabah sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
4. Kopetensi (*Copetence*), keterampilan yang dimiliki sesuai dengan pengetahuankaryawan agar dapat memberikan pelayanan yang baik

---

<sup>39</sup> Rambat Lupiyoandi, “*Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompeten*”, Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 216

kepada nasabah dengan optimal sehingga mampu untuk menanggapi permasalahan yang ada.

#### 4) *Empathy* (Perhatian)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang sifatnya secara individu atau pribadi kepada nasabah serta memberikan perhatian yang bersifat pribadi. Suatu perusahaan dapat berhasil tumbuh dan berkembang apabila dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah.<sup>40</sup> Serta memberikan perhatian personal kepadapenerima layanan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Indikator *empathy*:

##### 1. Akses Petugas

Penerima layanan memperoleh kemudahan dalam menemui petugas. Seperti lokasi tempat yang mudah di jangkau dan waktu pengantrian yang tidak terlalu lama dan mudah di hubungi.

##### 2. Pemahaman karyawan akan kebutuhan nasabah.

Mudah dalam menjalin hubungan seperti karyawan memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status dan ekonomi.

#### 5) *Tangibles* (Kemampuan Fisik)

Bentuk fisik yang dapat di lihat langsung oleh perusahaan atau nasabah yang dapat di rasakan secara langsung seperti sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya. Indikator kemampuan fisik:

- ✓ Gedung, ruang tunggu, AC, dan tempat parkir itu semua merupakan salah satu segi dalam fasilitas fisik karena akan memberikan dampak

---

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar manajemen pelayanan ..... h. 14

baik bagi nasabah dan itu akan memberikan rasa puas bagi yang memerlukan layanan perusahaan.

- ✓ Peralatan prosedur pelayanan tersedianya peralatan komputer dan perlengkapan lain yang mendukung dan memadai serta layak untuk menunjang pelayanan.<sup>41</sup>
- ✓ Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa nyaman bagi nasabah.

## **2.3. Fasilitas Transaksi Keuangan**

### **2.3.1. Pengertian Fasilitas**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat dan tidak bisa dicium serta tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Definisi lain juga menjelaskan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjualan jasa untuk dapat mendukung kenyamanan konsumen.<sup>42</sup>

### **2.3.2. Pengertian Fasilitas Transaksi Keuangan**

Fasilitas Transaksi Keuangan merupakan aktivitas ekonomi dalam sub-*system* perusahaan atau kejadian yang terjadi pada unit perusahaan yang dimiliki objek pengukurannya dapat dilihat dengan nilai mata uang serta dalam sistem akuntansi yang mempengaruhi laporan keuangan yang dibuat. Transaksi

---

<sup>41</sup> Anggi Yuliana Putri, “*Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Kasus Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa)*” ( Skripsi IAIN Langsa, 2017), h. 27

<sup>42</sup> Philip Kotler, Keller, dkk, “*Manajemen Pemasaran*” (Edisi 13 Jilid, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 166

keuangan dapat diartikan sebagai peristiwa ekonomi yang diwujudkan ke dalam satuan moneter. Transaksi keuangan mempunyai nilai atau dinyatakan dalam satuan uang transaksi keuangan sangat berpengaruh terhadap kondisi keuangan perusahaan karena dengan adanya transaksi yang terjadi dalam perusahaan menggunakan sumber daya ekonomi perusahaan memperoleh dana yang dapat digunakan untuk membiayai kegiatan tersebut.

Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor atau perusahaan untuk memberikan pelayanan secara maksimal agar nasabah merasa nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk atau fasilitas dalam transaksi karena bila suatu perusahaan tanpa fasilitas, tanpa alat kantor, tanpa alat transaksi, dan tanpa tenaga kerja, mungkin hanya papan nama saja.<sup>43</sup> Fasilitas yang diberikan oleh pihak bank seperti ATM/Kartu Debit, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan *QR Code* serta fasilitas lainnya.

### 2.3.3. Jenis Fasilitas Transaksi Keuangan di Bank Syariah

#### 1. Internet Banking<sup>44</sup>

Internet Banking merupakan layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses di internet menggunakan alamat yang ada di *website* yang dapat digunakan oleh nasabah. Dan dapat digunakan untuk pembayaran tagihan PLN, pembayaran tiket Pesawat, Pembayaran

---

<sup>43</sup>*Ibid*,..... h. 166

<sup>44</sup><https://www.banksyariah.co.id/consumer-banking/jasa-produk/internet-banking>. di akses tanggal 22 januari 2020.

Akademik, isi ulang voucher telkomsel, indosat, transfer antar rekening, isi ulang listrik Prabayar serta memberikan informasi rekening deposito dan saldo tabungan.

## 2. Kartu Debit

### 1. Kartu Debit Standar Nasional (GPN)

Merupakan produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah dan terhubung dengan jaringan domestik serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit yang digunakan di seluruh mesin ATM/ EDC domestik.

### 2. Kartu VISA

Kartu Debit Visa adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah yang bekerjasama dengan jaringan Visa Internasional yang memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit serta dapat digunakan di seluruh mesin ATM/ EDC domestik dan internasional.

#### a. Jenis Kartu Debit Visa

##### 1. Silver Debit

Digunakan bagi nasabah umum dengan masa berlaku kartu 5 tahun.

##### 2. Gold Debit

Digunakan bagi nasabah umum yang menginginkan limit yang lebih tinggi dengan masa berlaku kartu 5 tahun.

### 3. Priority Debit

Digunakan untuk nasabah priority dengan masa berlaku kartu 3 tahun.

### 3. SMS *Banking*

SMS *Banking* merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan. Transaksi kapan dan dimana saja, pendaftaran gratis di seluruh cabang Bank Syariah, biaya transaksi murah. Selain itu SMS *Banking* kini telah dilengkapi dengan fasilitas menu navigasi yang mana nasabah tidak perlu lagi menulis kode perintah SMS *Banking*, dengan menggunakan kabel data, bluetooth atau infra red sesuai dengan merk ponsel kita atau dengan menggunakan fasilitas GPRS.

### 4. Internet *Mobile Banking*

Layanan melalui distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet. Jenis layanan dari Internet *Mobile Banking* seperti memberikan informasi rekening, transaksi transfer, transaksi pembayaran ( tagihan PLN, tiket, asuransi), transaksi pembelian (voucher Hp, Token PLN), hingga fitur Islami ( jadwal sholat, lokasi masjid, arah kiblat dan hikmah). Dan aplikasi ini tersedia di di Google Play Store dan App Store.

#### 2.3.4. Indikator Fasilitas Transaksi Keuangan

Adapun Indikator dari fasilitas sebagai berikut:<sup>45</sup>

##### 1. Penggunaan

Indikator yang digunakan dalam suatu benda yang memberikan kegunaan yang dapat di pakai dimana saja sesuai kebutuhan dan mudah dalam penggunaannya.

##### 2. Fungsi

Indikator ini mencakup dalam fungsi seberapa banyak fasilitas suatu benda dapat dilakukan dan dapat dimanfaatkan.

##### 3. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang saling terkait dalam faktor ini adalah pemilihan visual, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu (misalnya, petunjuk arah/tempat keterangan/informasi dan sebagainya).

Indikator-indikator tersebut di jabarkan berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa di karenakan jasa dapat di artikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik atau konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan,ataukesehatan,pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Bank juga hanya lembaga perantara keuangan dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yaitu memindahkan uang, menerima dan membayarkan kembali uang nasabah, membeli dan menjual surat-surat berharga dan memberi

---

<sup>45</sup> Ninik Srijani, Achamad Sukma Hidayat, “ Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center”, (Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 7, Maret 2017), h. 34

jaminan bank. Dengan begitu indikator-indikator di atas dapat digunakan untuk mempresentasikan variable fasilitas pada bank syariah.

## 2.4. Kepuasan

### 2.4.1. Pengertian Kepuasan

Menurut bahasa kata kepuasan “*Satisfaction*”, berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik memadai dan “*Facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi cukup.<sup>46</sup> Pelanggan akan merasa puas bila keinginan sudah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari sesuatu produk maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan sesuatu produk tersebut dalam waktu lama akan meningkat.<sup>47</sup>

Untuk menghadapi persaingan dan pertumbuhan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelanggan yang dapat memberikan nilai baik kepada mereka dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan usahanya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.<sup>48</sup>

“ Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang baik. Pelanggan yang merasakan puas akan bersedia untuk datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasi kepada orang lain untuk membeli”.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup>*Ibid*....., h. 76

<sup>47</sup>*Ibid*,..... h. 45

<sup>48</sup>*Ibid*,..... h. 49

<sup>49</sup>*Ibid*,..... h. 49

#### 2.4.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Rambat lupiyoadi menyatakan bahwa menentukan tingkat kepuasan nasabah terdapat 4 dimensi yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain<sup>50</sup>:

##### 1. Kualitas produk

Konsumen akan merasakan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas baik.

##### 2. Kualitas pelayanan

Di dunia industri kualitas pelayanan jasa konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan diharapkan pelanggan.

##### 3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

##### 4. Harga

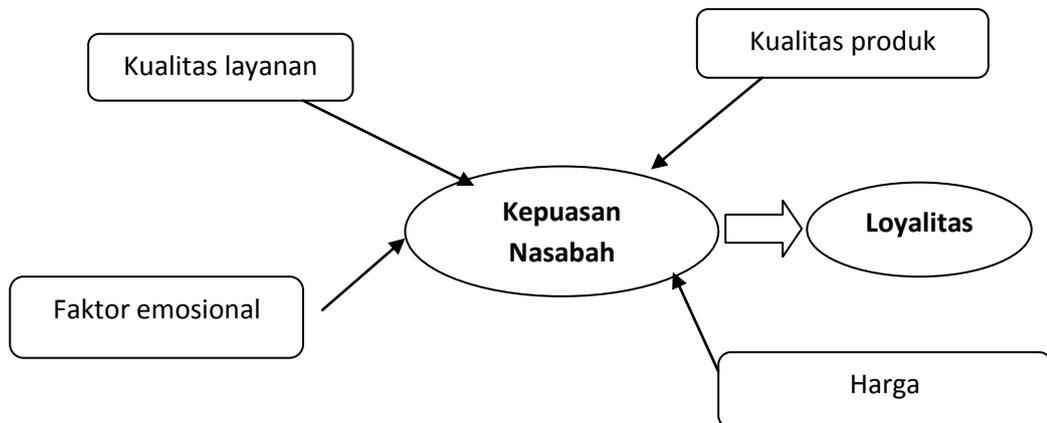
Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengguna.

Skema faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dapat dilihat pada gambar 2.1 .<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Rambat Lupiadi, “ *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 158

<sup>51</sup> Yuli Astria, *Skripsi Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Permata Tabungan Syariah Cabang Ateri Pondok Indah* (Fakultas Dan Manajemen Institus Pertanian Bogor, 2008), h. 16



**Gambar 2.1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan**

### 2.4.3. Indikator Kepuasan

Indikator kepuasan pelanggan berikut:<sup>52</sup>

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Service*)

Indikator ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.

b. Dimensi keseluruhan pelanggan

Pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan dari staff pelayanan pelanggan.

c. Konfirmasi harapan (*Confirmation Of Expectation*)

Indikator ini menunjukkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan yang membuat merasa puas.

---

<sup>52</sup> Jum'yah dan La Ode Syarfan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Memili Berbelanja Fasion (Pakaian) Pada Online Shop Lazada", (Prodi Adminitrasi Bisnis Universitas Islam Riau, April 2018), h. 64-65

d. Niat beli ulang (*Repurchase Intention*)

Pengalaman yang dirasakan pelanggan sudah merasa puas dan berniat untuk menggunakan produk jasa bank kembali.

e. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan antara puas dan tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

f. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness To Recommend*)

Indikator yang menunjukkan kesiediaan pelanggan dalam melakukan promosi kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang dialami.

## **2.5. Perbankan Syariah**

### **2.5.1. Tentang Perbankan Syariah**

Menurut undang-undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah termasuk Unit Usaha Syariah dan Kantor Cabang Bank Asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, diantaranya kegiatan untuk memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

### **2.5.2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah**

Ada tiga pilar pokok dalam ajaran Islam, yaitu sebagai berikut<sup>53</sup>:

---

<sup>53</sup> Herry Sutanto, dan Khaerul Uman, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2013), h. 125

1. Akidah: Komponen ajaran Islam yang mengukur keyakinan atas keberadaan dan kekuasaan Allah sehingga harus menjadi keimanan seseorang muslim manakala melakukan berbagai aktivitas di muka bumi semata-mata untuk mendapatkan keridhoan Allah sebagai khalifah yang mendapatkan amanah dari Allah.
2. Syari'ah: komponen ajaran Islam yang mengatur kehidupan seseorang muslim baik dalam bidang ibadah maupun dalam bidang muamalah yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinan.
3. Akhlak: landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syari'ah dan akidah yang menjadi pedoman hidupnya sehingga memiliki *akhlaqul karimah* sebagaimana hadits nabi yang mengatakan” tidaklah aku putus, kecuali untuk menjadikan *akhlaqul karimah*.”

### **2.5.3. Produk Bank Syariah**

Produk Bank Syariah terbagi menjadi tiga bagian, yaitu produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk berupa jasa-jasa lainnya yang memberikan bank kepada nasabah akan tetapi lebih di perinci kepada produk pendanaan.<sup>54</sup>

#### **1. Produk Pendanaan**

Produk – produk pendanaan Bank Syariah ditunjukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk

---

<sup>54</sup> Zainul Arifin, “*Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*”, (Cetakan Ke-7 Tangerang: Azkia Publisher, 2009), h. 22

penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Dalam hal ini Bank Syariah melakukan tidak dengan prinsip bunga (*Riba*), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syarat Islam terutama *Wadī'ah* (Titipan), *Muḍarabah* (Bagi hasil), dan *Qardh*.

Produk-produk pendanaan Bank Syariah menggunakan tiga prinsip yang berbeda terlihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Prinsip Produk Pendanaan**

	<i>Wadī'ah</i>	<i>Qardh</i>	<i>Muḍarabah</i>
Giro	V	V	
Tabungan	V	V	V
Deposito/Investasi			V

Dari Tabel 2.1 dapat di simpulkan bahwa produk-produk pendanaan bank syariah mempunyai tiga jenis yang berbeda, yaitu :

- 1) Giro, dengan prinsip wadī'ah atau qardh.
- 2) Tabungan, dengan prinsip *wadī'ah*, *qardh*, atau *muḍarabah*.
- 3) Deposito/Investasi, dengan prinsip *muḍarabah*.

## 2. Pendanaan dengan Prinsip *Wadī'ah*

### a) *Giro Al-wadī'ah*

Merupakan produk pendanaan Bank Syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro *wadī'ah* ini mirip dengan giro pada bank konvensional yang mana nasabah penyimpanan diberikan garansi untuk dapat menarik dananya

sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah pembayaran lainnya dengan cara pemindahan buku tanpa bank boleh menggunakan dana nasabah yang tertimbun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek atau untuk memenuhi kebutuhan *likuiditas* bank dan pembiayaan bagi hasil ini sifatnya jangka pendek. Keuntungan yang di peroleh bank dari penggunaan dana ini menjadi milik bank. Titipan murni dari suatu pihak kepada pihak lain baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki tanpa memperoleh imbalan atau keuntungan<sup>55</sup> pada Bank Syariah disebut dengan Giro *Wadiah*.

*b) Tabungan wadiah*

Tabungan wadiah adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Bank Syariah. Dan memiliki manfaat gratis biaya adminitrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh mesin ATM Bank Syariah, kemudahan bertransaksi dimanapun dengan menggunakan layanan *Internet Banking*, bebas biaya transaksi di seluruh mesin EDC Mandiri dan EDC Prima. Dan fasilitas yang diberikan berupa Kartu Debit, *Mobile Banking*, *Net Banking* dan gratis biaya kartu ATM GPN serta gratis biaya adminitrasi. Tabungan Seperti : Tabungan iB, Tabunganku.

---

<sup>55</sup> Herry Sutanto, dan Khaerul Uman, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2013), h.179

### 3. Pendanaan dalam Prinsip *Muḍharabah*

#### a. Tabungan *Muḍharabah*

*Muḍharabah* merupakan prinsip bagi hasil dan menggunakan akad *Muḍharabah muthlaqāh*. Fasilitas yang diberikan berupa kartu debit yang berfungsi sebagai ATM & debit dan kartu potongan harga di *merchant* yang telah bekerjasama dengan Bank Syariah, dan gratis penarikan uang di mesin ATM, tabungan *Muḍharabah* aman dan terjamin, mudah bertransaksi di seluruh outlet Bank Syariah dengan menggunakan layanan *e-banking*. Jenis tabungan *Muḍharabah*: Tabungan Berencana, Tabungan Pensiun, Tabungan Haji/Umrah iB, Tabungan Arisan iB. Dalam praktiknya, tabungan *wadīah* dan *muḍharabah* yang biasa digunakan secara luas oleh Bank Syariah. Garis besar perbedaan antara tabungan *Wadīah* dan *Muḍharabah* dapat dilihat pada tabel 2.2

**Tabel 2.2 Perbandingan Tabungan *Wadīah* dan *Muḍharabah***

No.		Tabungan <i>Muḍharabah</i>	Tabungan <i>Wadīah</i>
1	Sifat dana	Investasi	Titipan
2	Penarikan	Dilakukan kapan saja	Dilakukan setiap saat.
3	Insentif	Bagi hasil	Bonus(jika ada)
4	Pengembalian	Tidak dijamin dikembalikan	Dijamin dikembalikan

Sumber : Rafa Consulting<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Ascarya, “Akad Dan Produk Bank Syariah”, (Edisi Ke 1 Cetak Ke 6, Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 118

#### 4. Deposito

Deposito adalah Investasi berjangka waktu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Muḍharabah muthlaqāh*. Manfaat dari Deposito dana aman dan terjamin, pengelolaan dana secara syariah, bagi hasil yang kompetitif, dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Dengan jangka waktu yang fleksibel, dicairkan pada saat jatuh tempo. Seperti : Deposito iB (rupiah dan USD)

#### 5. Deposito Valas

Deposito Valas adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *Muḍharabah muthlaqāh*. Seperti : Deposito Special Investment Deposito iB.

### 2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

<b>N0</b>	<b>Nama Penelitian</b>	<b>Judul Skripsi</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
<b>1.</b>	<b>Putri Pertiwi (2011)<sup>57</sup></b>	Pengaruh Pemasaran Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank	✓ Kuantitatif ✓ Teknik pengambilan sampel: <i>simple random sampling</i>	✓ Pemasaran Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap

<sup>57</sup>Putri Pertiwi, Skripsi *Pengaruh Pemasaran Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Syariah Mandiri Bogor*, (Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2011)

		Syariah Mandiri Bogor.	<p>✓ Pengumpulan data: wawancara dan observasi</p> <p>✓ Teknik analisis data: regresi berganda.</p>	<p>kepuasan nasabah.</p> <p>✓ Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>✓ Hasil uji F: variabel Pemasaran produk dan pelayanan. Secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p>
--	--	---------------------------	---	--

2.	<p><b>Nur Najmiati (2019)<sup>58</sup></b></p>	<p>Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Kc. Langsa)</p>	<p>✓ Kuantitatif          ✓ Teknik Pengambilan Sampel: <i>Non Probability Sampling</i>          ✓ Penarikan Sample: <i>Qouta Sampling</i>          ✓ Teknik Analisis Data : Regresi Berganda.          ✓ Pengumpulan Data: Observasi, Kuesioner.</p>	<p>✓ Vatiabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.          ✓ Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah          ✓ Hasil uji F: variabel fasilitas dan pelayanan secara</p>
----	--	--	--	--

<sup>58</sup> Nur Najmiati, Skripsi “*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Kc. Langsa)*, (Langsa, IAIN Langsa, 2019)

				simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
3.	<b>Nailis Syuhada (2019)<sup>59</sup></b>	Pengaruh Fakto- Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Aceh Tamiang	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kuantitatif</li> <li>✓ Teknik Pengambilan Sampel: <i>Simple Random Sampling</i>..</li> <li>✓ Penarikan Sample: Menggunakan Rumus Slovin.</li> <li>✓ Data Penelitian: Primer dan Sekunder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vatiabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.</li> <li>✓ Variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan</li> </ul>

<sup>59</sup> Nailis Syuhada, Skripsi “Pengaruh Fakto-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Aceh Tamiang”, (Langsa, IAIN Langsa, 2019)

			<p>✓ Teknik Analisis Data : Regresi Berganda.</p> <p>✓ Pengumpulan Data: Dokumentasi, Wawancara, Kuesioner.</p>	<p>terhadap kepuasan anggota.</p> <p>✓ Variabel daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.</p> <p>✓ Variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.</p> <p>✓ Variabel empati berpengaruh positif dan</p>
--	--	--	---	---

				<p>signifikan terhadap kepuasan anggota.</p> <p>✓ Hasil uji F: variabel kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati.</p> <p>Secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota.</p>
<b>4.</b>	<b>Anggi Yuliana</b>	Pengaruh Kedisiplinan dan	<p>✓ Kuantitatif</p> <p>✓ Jenis dan</p>	<p>✓ Variabel: kedisiplinan</p>

	<b>Putri<sup>60</sup></b>	Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. (study kasus pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa)	sumber data penelitian: primer ✓ Teknik pengambilan sample: Random sampling ✓ Pengumpulan data: wawancara dan kuesioner ✓ Teknik analisis data: Regresi Berganda	tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. ✓ Variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. ✓ Hasil uji F: variabel kedisiplinan dan variabel pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh
--	---------------------------	---	---	---

<sup>60</sup> Anggi Yuliana Putri, meneliti tentang “Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. (study kasus pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa) (Langsa, IAIN Langsa, 2017)

				positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	<b>Julia Sri Ningsih</b> <sup>61</sup>	Pengaruh Pelayanan, Tingkat Religius dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Menabung di Perbankan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kuantitatif</li> <li>✓ Teknik Pengambilan Sampel: <i>Simple Random Sampling</i>.</li> <li>✓ Data Penelitian: Primer dan Sekunder.</li> <li>✓ Teknik Analisis Data : Regresi Berganda.</li> <li>✓ Pengumpulan Data: Wawancara, Kuesioner.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pelayanan, tingkat religiusitas, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan menabung di perbankan syariah.</li> <li>✓ Variabel pelayanan berpengaruh</li> </ul>

<sup>61</sup> Julia Sri Ningsih, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Tingkat Religius Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Menabung di Perbankan Syariah, ( Study Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung, 2017)

				<p>positif dan signifikan terhadap kepuasan menabung di perbankan syariah.</p> <p>✓ Variabel tingkat religiuitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menabung di perbankan syariah.</p> <p>✓ Fasilitas tidak berpengaruh terhadap</p>
--	--	--	--	---

				kepuasan menabung di perbankan syariah.
6.	<b>Rahma bellani oktaviandri iranati<sup>62</sup></b>	Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Teknik analisis data: regresi berganda</li> <li>✓ Kuantitatif</li> <li>✓ Jenis dan sumber data penelitian: primer</li> <li>✓ Teknik pengmabilan sample: random sampling</li> <li>✓ Pengumpulan data: wawancara dan kuesioner.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Secara parsial (uji t): pelayanan, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah.</li> </ul>

<sup>62</sup> Rahma Bellani Oktaviandri Iranati, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

7.	M. Aminudin <sup>63</sup>	Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Fasilitas Transaksi Keuangan di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Memilih Produk Bank Syariah	✓ Kuantitatif ✓ Jenis dan sumber data penelitian: primer ✓ Teknik pengambilan sampel: random sampling. ✓ Pengambilan data: wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.	✓ Secara simultan dan parsial antara variabel independen dan dependen bahwa kepuasan, lokasi, dan fasilitas transaksi keuangan di perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan memilih
----	------------------------------	--	--	--

<sup>63</sup> M Aminudin, meneliti tentang “ Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Fasilitas Transaksi Keuangan di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Memilih Produk Bank Syariah (Salahtiga: IAIN Salahtiga, 2016)

				produk di bank syariah
<b>8.</b>	<b>Ahmad Abdilla Reza<sup>64</sup></b>	Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah, ( Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri payment point UIN Raden Intan Lampung)	✓ Kuantitatif ✓ Jenis dan sumber data penelitian: primer ✓ Teknik pengambilan sampel: random sampling. ✓ Pengambilan data: wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.	✓ Secara simultan dan parsial antara variabel independen dan dependen bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank syariah.

<sup>64</sup> Ahamad Abidilla Reza, meneliti tentang “ Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah, ( Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri payment point UIN Raden Intan Lampung)”, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017)

### 2.6.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian

1) Putri Pertiwi, meneliti tentang “Pengaruh Pemasaran Produk Perbankan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Bogor”<sup>65</sup>

1. Persamaan : Penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama meneliti pengaruh pemasaran produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda.
2. Perbedaan : Peneliti terdahulu hanya meneliti dua variabel, sedangkan peneliti sekarang tiga variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

2) Nur Najmiati, meneliti tentang “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa”.<sup>66</sup>

- a. Persamaan : Penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama meneliti pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga menggunakan metode *non probability sampling*. Penarikan Sample *Qouta Sampling*, teknik analisis data menggunakan regresi berganda, tempat penelitian di Bank

---

<sup>65</sup>Putri Pertiwi, Skripsi *Pengaruh Pemasaran Produk Perbankan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Syariah Mandiri Bogor*, (Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2011)

<sup>66</sup> Nur Najmiati, Skripsi “*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Kc. Langsa)*, (Langsa, IAIN Langsa, 2019)

Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa serta teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner

b. Perbedaan : Penelitian sekarang memakai tiga variabel independennya yaitu pengaruh pemasaraan, pelayanan, dan fasilitas transaksi keungan sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan nasabah sementara penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen: Pengaruh Fasitas dan satu variabel dependen: yaitu minat nasabah dalam bertransaksi.

3) Nailis Syuhada, meneliti tentang “Pengaruh Fakto-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Aceh Tamiang”<sup>67</sup>.

a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan dan variabel independen ialah kulitas pelayanan. Data penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan regresi berganda, pengumpulan data sama-sama dengan cara dokumentasi, wawancara, dan kuesioner.

b. Perbedaann : Penelitian sekarang memiliki beberapa tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan penelitian terdahulu hanya kualitas pelayanan yang mempengaruhi

---

<sup>67</sup> Nailis Syuhada, Skripsi “*Pengaruh Fakto-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Cabang Aceh Tamiang*”, (Langsa, IAIN Langsa, 2019)

nasabah. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*. Dan Penarikan Sample Menggunakan Rumus Slovin.

4) Anggi Yuliana Putri, meneliti tentang “Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. (study kasus pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa).<sup>68</sup>

a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan dan variabel independen ialah pelayanan. Data penelitian menggunakan data primer. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan regresi berganda, pengumpulan data sama-sama dengan cara wawancara, dan kuesioner

b. Perbedaann : Penelitian sekarang memiliki beberapa tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan penelitian terdahulu hanya kedisiplinan dan pelayanan yang mempengaruhi nasabah. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*

5) Julia Sri Ningsih, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Tingkat Religius Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Menabung di Perbankan Syariah ( Study Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung).<sup>69</sup>

a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan kepuasan

---

<sup>68</sup>Anggi Yuliana Putri, meneliti tentang “Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. (study kasus pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa)(Langsa, IAIN Langsa, 2017)

<sup>69</sup>Julia Sri Ningsih, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Tingkat Religius Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Menabung di Perbankan Syariah ( Study Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung, 2017)

Nasabah. Dan sama sama memiliki tiga variabel Independen, data penelitian menggunakan data primer. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan regresi berganda, pengumpulan data sama-sama dengan cara wawancara, dan kuesioner

b. Perbedaann : Penelitian sekarang memiliki beberapa tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan penelitian terdahulu tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah ialah pelayanan, religiussitas, dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*

6) Rahma Bellani Oktaviandri Iranati, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah”.<sup>70</sup>

a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan kepuasan Nasabah. Dan sama sama memiliki tiga variabel Independen, data penelitian menggunakan data primer. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan regresi berganda, pengumpulan data sama-sama dengan cara wawancara, dan kuesioner.

b. Perbedaann : Penelitian sekarang memiliki tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu pemasaran produk,

---

<sup>70</sup>Rahma Bellani Oktaviandri Iranati, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

elayanan dan fasilitas transaksi keuangan sedangkan penelitian terdahulu, variabel independennya ialah pelayanan, pengetahuan dan lokasi yang mempengaruhi kepuasan nasabah menabung di bank syariah. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*

7) M Aminudin, meneliti tentang “ Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Fasilitas Transaksi Keuangan di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Memilih Produk Bank Syariah”.<sup>71</sup>

- a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan nasabah. Dan sama sama memiliki tiga variabel Independen, data penelitian menggunakan data primer. Sedangkan pengumpulan data sama-sama dengan cara dokumentasi, wawancara, dan kuesioner
- b. Perbedaan : Penelitian sekarang memiliki tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan sedangkan penelitian terdahulu, variabel independennya ialah pengaruh pengetahuan, Lokasi dan fasilitas transaksi keuangan yang mempengaruhi kepuasan nasabah memilih produk di bank syariah. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*.

---

<sup>71</sup>M Aminudin, meneliti tentang “ Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Fasilitas Transaksi Keuangan di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Memilih Produk Bank Syariah (Salahtiga: IAIN Salahtiga, 2016)

8) Ahamad Abidilla Reza, meneliti tentang “ Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah, ( Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri payment point UIN Raden Intan Lampung)”.<sup>72</sup>

- a. Persamaan : Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel dependen terhadap kepuasan Nasabah. Dan memiliki variabel Independen, pelayanandan data penelitian menggunakan data primer. Sedangkan pengumpulan data sama-sama dengan cara dokumendasi, wawancara, dan kuesioner.
- b. Perbedaann : Penelitian sekarang memiliki tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu pemasaran produk, pelayanan daan fasilitas transaksi keuangan sedangkan penelitian terdahulu, variabel independennya ialah fasilitas dan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah di bank syariah. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling*.

## 2.7. Kerangka penelitian

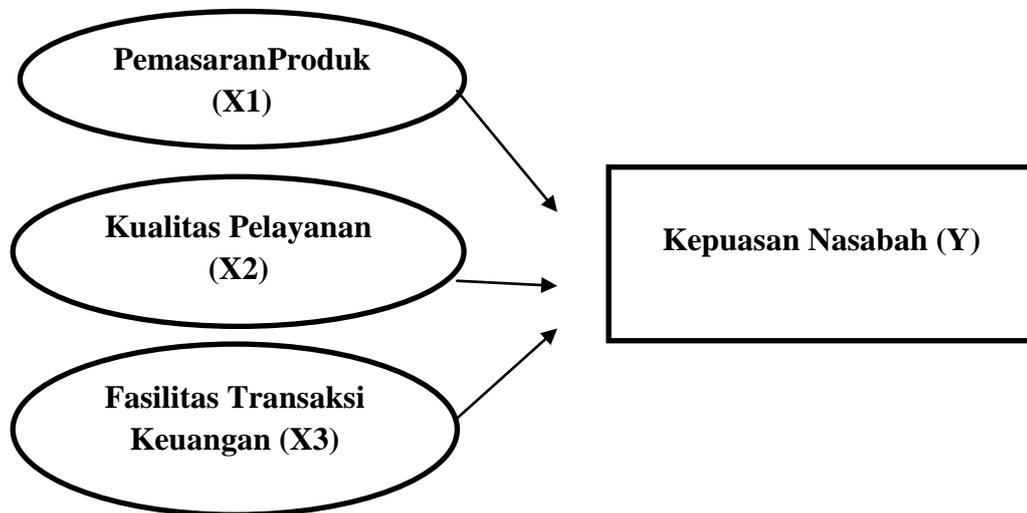
Berdasarkan uraian dari para peneliti sebelumnya maka dapat dibentuk kerangka berfikir sebagai berikut :

---

<sup>72</sup>Ahamad Abidilla Reza, meneliti tentang “ Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah, ( Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri payment point UIN Raden Intan Lampung)” , (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017)

Gambar 2.2

Kerangka Berfikir



Gambar 2.2 : Kerangka penelitian Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan terhadap kepuasan nasabah.

Keterangan :

- ✓ **Variable Independen** : (X1) Pemasaran Produk, (X2) Pelayanan, (X3) Fasilitas Transaksi Keuangan.
- ✓ **Variable Dependent** : (Y) Kepuasan Nasabah

## 2.8. Hipotesis

### 2.8.1. Pemasaran Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

$H_{01}$ : Variabel Pemasaran Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

$H_{a1}$  : Variabel Pemasaran Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

### **2.8.2. Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

H<sub>02</sub>: Variabel Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

H<sub>a2</sub>: Variabel Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

### **2.8.3. Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah**

H<sub>03</sub>: Variabel Fasilitas Transaksi Keuangan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

H<sub>a3</sub>: Variabel Fasilitas Transaksi Keuangan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

### **2.8.4. Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah**

H<sub>04</sub>: Variabel Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

H<sub>a4</sub>: Variabel Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.<sup>73</sup>

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian menggunakan bantuan dari program SPSS dan penelitian ini menggunakan angket sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Untuk itu peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

#### **3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Langsa yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.20-22, Kel. Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota Langsa, Aceh 24400. Telp. (0641) 426135.<sup>74</sup> Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada 22 Oktober 2019 – 31 Januari 2020.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi ialah totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam suatu wilayah penelitian. Sedangkan sample adalah wakil-wakil dari populasi dan wilayah objek dari subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan

---

<sup>73</sup> Murti sumarni dan salamah wahyuni, metodologi penelitian bisnis, (yogyakarta: andi, 2005), h. 47

<sup>74</sup><https://petalokasi.org/KotaLangsa/Bank-Syariah-Mandiri-656662/> pada tanggal 17 Juli 2019 jam 12.42

oleh peneliti. Totalitas dari objek dan subyek yang digunakan oleh peneliti yang memiliki masalah yang akan dipecahkan.<sup>75</sup>

Populasi pada penelitian ini adalah semua nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa tidak di ketahui. Teknik pengambilan sample dimana semua nasabah berpeluang untuk dijadikan sample. Peneliti memilih 70 orang/nasabah (Responden), dengan Teknik penarikan sample ini menggunakan metode *Random Sampling* yaitu cara pengambilan sample dengan memilih klaster-klaster atau area-area tertentu secara random untuk setiap unit sampleing.<sup>76</sup> Penelitian di lakukan dengan cara menyebarkan angket/ kuesioner secara langsung yang di isi oleh responden/nasabah sebagai sample penelitian

### **3.4. Sumber Data Penelitian**

Sumber data dalam penelitian ini yaitu primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, pengamatan/observasi atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber/nasabah.<sup>77</sup>

Data Primer dalam penelitian ini adalah data dari observasi langsung dan data dari penyebaran kuesioner yang berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang di sebarakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Tujuannya adalah untuk mengetahui Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Transaksi Keuangan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah

---

<sup>75</sup>Azuar juliandi dan Irfan, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Cita Pustaka : Cita Pustaka Media Printis 2013, h. 57

<sup>76</sup>*Ibid*, h. 58

<sup>77</sup>*Ibid*, h. 58

Mandiri Cabang Kota Langsa. Data ini juga berupa hasil wawancara langsung oleh beberapa nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Petunjuk penulisan ini dalam penelitian ini berupa data sekunder diambil dari surat edaran (SE), majalah info bank, dan dari studi literatur.

Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai metode teknik dan sumber yang dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **3.5.1. Observasi**

Observasi untuk melakukan penelitian menggunakan pengamatan dan ingatan dari yang di lihat dilapangan yang terjadi. Observasi dilakukan pada saat pra survey dan mengamati kejadian sesuai di lapangan yaitu di Bank Syariah Mandiri Langsa Cabang Langsa. Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi berperan serta (*Participant Observation*)<sup>78</sup>, yaitu penelitian yang terlibat dari kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian seperti melihat dan menjelaskan langsung fasilitas dan pelayanan yang di berikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa Seperti :

---

<sup>78</sup> Muhammad, “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*” (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 145

a. Fasilitas :

1. Kupon pengantrian

Digunakan oleh petugas satpam untuk memberikan pelayanan pengantrian kepada semua nasabah yang ingin melakukan transaksi.

2. Alat Tulis

Disediakannya kertas transaksi dan alat tulis berupa pulpen untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam kegiatan melakukan transaksi.

3. Ruang Tunggu

Saat melakukan penelitian Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman ber AC untuk kegiatan transaksi sehari-hari di dalam bank.

4. Tempat Parkir Kendaraan

Tempat parkir menjadi hal yang penting mengingat bahwa kendaraan nasabah itu bukanlah hal yang biasa tetapi pengamatan menunjukkan bahwa area parkir yang telah disediakan oleh BSM sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah sebagai tempat yang baik.

5. Ajungan Tunai Mandiri (ATM)

ATM adalah pelayanan yang disediakan kepada nasabah dalam melakukan transaksi. Dari hasil observasi yang telah dilakukan bahwa BSM Cabang Langsa menyediakan satu mesin ATM untuk kebutuhan transaksi bagi nasabah letak mesin ATM ada di sebelah sebelah kanan gedung Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

b. Pelayanan

1. *Customer Service*

Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa menyediakan 2 *Customer Service* untuk melayani kegiatan dalam melakukan transaksi, keluhan, dan pembuatan buka rekening.

2. *Teller*

Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa menyediakan 3 pegawai *Teller* untuk melayani kegiatan dalam melakukan transaksi transfer, setor tunai dan penarikan.

3. *Security*

Pelayanan *security* selain mengamankan kegiatan dalam melakukan transaksi yang dilakukan nasabah, *security* juga membantu pelayanan dalam hal memberikan informasi sesuai kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi dan memberikan kertas antrian.

**3.5.2. Kuisisioner/Angket**

Dengan menyebarkan kuisisioner dalam hal ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan. Pada penelitian ini, angket digunakan untuk mendapatkan keterangan hasil tentang pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Dalam kuisisioner ini digunakan skala *likert* yaitu dengan mengelompokkan 4 kategori jawaban

responden dengan 4 poin skor, 4 =sangat setuju, 3 =setuju, 2 = kurang setuju, 1 = tidak setuju.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi/ tanggapan atau respons seseorang tentang obyek sosial.<sup>79</sup>Skala *likert* dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, dan bentuk pilihan ganda atau tabel *ceklis*.

Adapun pengukuran Skala Likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

- |    |    |                 |             |   |
|----|----|-----------------|-------------|---|
| 1) | SS | = Sangat Setuju | Diberi Skor | 4 |
| 2) | S  | = Setuju        | Diberi Skor | 3 |
| 3) | KS | = Kurang Setuju | Diberi Skor | 2 |
| 4) | TS | = Tidak Setuju  | Diberi Skor | 1 |

### 3.5.3. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dialog langsung antara peneliti dengan responden penelitian.<sup>80</sup> Untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara. Penelitian menggunakan wawancara terstruktur. Melalui wawancara teratur peneliti telah menyiapkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis tentang pengaruhPemasaran Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Transaksi Keuangan.

### 3.5.4. Dokumentasi

Dokumentasi cara untuk memperoleh informasi melalui kumpulan data-data verbal yang berbentuk tulisan dalam arti luas artefak, foto dan lain-lain.<sup>81</sup> Metode

---

<sup>79</sup>Azuar Juliandi & Irfan, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”. (Medan: Perdana Mulya Sarana. 2013), h.72.

<sup>80</sup>*Ibid*,.....h.70.

<sup>81</sup> Sutrisno Hadi , *Metodologi Research II*, (Yogyakarta: Andi Offsett, 2017), h. 73.

dokumentasi ini merupakan upaya peneliti dalam mengumpulkan dokumen-dokumen/ file-file berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.6. Uji Instrumen Penelitian**

Pengujian instrument oleh peneliti dilakukan dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas:

#### **3.6.1. Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika koefisien korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir-butir penelitian ini dinyatakan valid<sup>82</sup>.

#### **3.6.2. Uji Reliabilitas.**

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan uji *statistic cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Jika nilai koefisien (*cronbach Alpha*)  $> 0.60$ , maka instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS, ( Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52-53

<sup>83</sup> *Ibid.*....h. 83

### **3.7. Uji Asumsi Klasik**

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak *bias* dan efisien (*Best Linier Unbias Estimator Blue*) dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least squares*), perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik / dilakukan dengan beberapa uji yaitu sebagai berikut :

#### **3.7.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dalam variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal<sup>84</sup>. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.7.2. Uji Multikolonieritas**

Uji Multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Cara yang

---

<sup>84</sup> Priyatno, Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS, (Yogyakarta: GAVA Media, 2013), h. 56

digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>85</sup>

### 3.7.3. Uji Heteroskedestisitas

Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan plot residu yaitu melihat sebaran residu untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Dengan pengambilan keputusan, jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>86</sup>

### 3.7.4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.<sup>87</sup>

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W) :<sup>88</sup>

- a. Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

---

<sup>85</sup>Ibid.,

<sup>86</sup>Ibid,....h. 171

<sup>87</sup>Ibid,....h.173

<sup>88</sup> Ibid,.... h. 174

### 3.8. Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Berganda digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua. Analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana variabel terikat (Y) atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel, bisa dua, tiga dan seterusnya variabel bebas (X1, X2, X3, ..., Xn).<sup>89</sup>

Penggunaan Metode analisis ini untuk menganalisa pengaruh pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri dengan model dasar dapat ditulis sebagai berikut :<sup>90</sup>

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

X1 = Pemasaran Produk

X2 = Pelayanan

X3 = Fasilitas Transaksi Keuangan

a = Konstanta

b1 = Koefesien Regresi Variabel Pemasaran Produk

b2 = Koefesien Regresi Variabel Pelayanan

b3 = Koefesien Regresi Variabel Fasilitas Transaksi Keuangan

e = Tingkat kesalahan/error term

---

<sup>89</sup>Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi SPSS*. Yogyakarta:Penerbit Andi, 2011.h.53.

<sup>90</sup>*Ibid*....., h. 54

### 3.8.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi nilai variabel dependen. Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R-Square*. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif mudah karena adanya variasi variabel yang besar antar masing-masing pengamatan.<sup>91</sup>

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2 = 1$ , berarti besarnya persentase sumbangan  $X_1, X_2, X_3$  terhadap variasi (naik turunnya)  $Y$  secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat. Maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan  $Y$ .<sup>92</sup>

### 3.8.2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu.

---

<sup>91</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006. hal.83.

<sup>92</sup>Imam Ghazali, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Media, 2006. h. 125.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).<sup>93</sup>

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### **3.8.3. Uji F (simultan)**

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut<sup>94</sup>:

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_a$  diterima

---

<sup>93</sup>Bawono, Anton, *Multivariate analysis SPSS*. Salatiga : STAIN Salatiga Pres.2006. hal.89.

<sup>94</sup>*Ibid*,...h. 88

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri di Indonesia

Bank Syariah Mandiri adalah Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia. Bank Mandiri Syariah berdiri pada tahun 1955 dengan nama Bank Industri Nasional. Sebelum ditetapkan menjadi Bank Syariah Mandiri bank ini sempat beberapa kali berganti nama yang sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara. Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Diketahui krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997 dan disusul dengan krisis di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak kecuali dunia usaha. Pemerintah mengambil tindakan dengan merekruturisasi dan merekapitalisasi sebagai bank-bank di Indonesia. Salah satu Bank Konvensional PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Dagang Negara dan mahkota prestasi juga terkena dampak krisis. PT. Bank Susila Bakti (BSB) keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.<sup>95</sup> Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*Merger*) dari empat bank yaitu Bank Dagang Negara (BDN), Bank Bumi Daya (BBD), Bank Exim (BE), dan Bank

---

<sup>95</sup> Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 13 januari 2020 hari senin dari situs <http://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>.

Bapindo(BB), menjadi salah satu bank baru bernama PT. Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan dari penggabungan empat bank tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru Bank Susila Bankti

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan Bank Susila Bakti menjadi bank syariah. Langkah awal dengan merubah anggarandasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri Syakinah. Kemudian berdasarkan akta No 23 Tanggal 8 September 1999 Notaris, Sujipto,SH nama PT. Bank Mandiri Syakinah diubah menjadi PT. Syariah Sandiri.<sup>96</sup>

Sebagai tindakan lanjut, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembang Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengmbangkan layanan Perbankan Syariah dikelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim pengembang Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan *moment* yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Sehingga kegiatan usaha Bank Susila Bakti (BSB), berubah dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri. Pada tahun 1999 tanggal 25 Oktober Bank Indonesia (BI) sesuai

---

<sup>96</sup>*Ibid*

dengan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24 KEP.BI/1999 telah memberikan izin tentang perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP/DGS/1999. Tanggal 25 Oktober 1999 Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (Persero).

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 SM merupakan hari pertama beroperasinya PT.Syariah Mandiri. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri merupakan buah dari usaha bersama para printis Bank Syariah Mandiri di PT. Bank Susila Bakti dan manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran Bank Syariah dilingkungan masyarakat .

Sedangkan di Kota Langsa PT. Syariah Mandiri Kantor Cabang resmi beroperasi pada tahun 2005 dengan jumlah pegawai 38 orang. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Langsa berada di Jl. Ahmad Yani No.20-22, Kel. Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota Langsa, Aceh 24400. Telp. (0641) 426135.<sup>97</sup>

PT. Bank Syariah Mandiri hadir dengan tampil dan tumbuh sebagai bank yang memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. PT.Bank Syariah Mandiri dalam perbankan syariah di Indonesia. PT. Bank Syariah Mandiri hadir bersama membangun Indonesia menjadi Indonesia yang lebih baik. PT. Bank Syariah Mandiri bersama masyarakat

---

<sup>97</sup><https://petalokasi.org/KotaLangsa/Bank-Syariah-Mandiri-656662/> pada tanggal 17 Juli 2019 jam 12.42

yang berlandaskan syariah dan juga berorientasi mencari laba untuk anggota serta lingkungan dalam perusahaan.

#### **4.2. Visi dan Misi<sup>98</sup>**

##### **1. Visi**

“Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Modern”

###### **a. Bagi Nasabah**

BSM ialah Bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

###### **b. Bagi Pegawai**

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

###### **c. Bagi Investor**

Institusi Keuangan Syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value yang berkesinambungan.

##### **2. Misi**

Adapun Misi PT. Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.

b. Meningkatkan pertumbuhan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampui harapan nasabah.

c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

---

<sup>98</sup> Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 13 januari 2020 hari senin dari situs <http://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>.

- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah yang universal
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

#### **4.3. Fasilitas Transaksi Keuangan Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa**

##### **1. BSM Net Banking<sup>99</sup>**

BSM Net Banking merupakan layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses menggunakan alamat <https://bsmnet.syariahamandiri.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah. Dan dapat digunakan untuk pembayaran tagihan PLN, pembayaran tiket Pesawat, Pembayaran Akademik, isi ulang voucher telkomsel, indosat, transfer antar rekening di BSM, isi ulang listrik Prabayar serta memberikan informasi rekening deposito dan saldo tabungan.

##### **2. Mandiri Syariah Debit**

###### **a. Mandiri Syariah Debit Standar Nasional (GPN)**

Merupakan produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan terhubung dengan jaringan domestik serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit yang digunakan di seluruh mesin ATM/ EDC domestik.

---

<sup>99</sup><https://www.mandirisyahiah.co.id/consumer-banking/jasa-produk/bsm-net-banking>. di akses tanggal 22 Januari 2020.

b. Kartu VISA

Mandiri Syariah Debit Visa adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri bekerjasama dengan jaringan Visa Internasional yang memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit serta dapat digunakan di seluruh mesin ATM/EDC domestik dan internasional.

a. Jenis Kartu Mandiri Syariah Debit Visa

1. Silver Debit

Di gunakan bagi nasabah umum dengan masa berlaku kartu 5 tahun.

2. Gold Debit

Digunakan bagi nasabah umum yang menginginkan limit yang lebih tinggi dengan masa berlaku kartu 5 tahun.

3. Priority Debit

Digunakan untuk nasabah priority dengan masa berlaku kartu 3 tahun.

3. BSM Sentra Bayar

BSM Sentra Bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan. Seperti Pembayaran Telkomsel, Kartu Halo, PLN, Esia, IM2, Speedy, dan pembayaran Mahasiswa BSI.

4. BSM SMS Banking

BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai

transaksi perbankan. Transaksi kapan dan dimana saja, pendaftaran gratis di seluruh cabang BSM, biaya transaksi murah. Selain itu BSM SMS Banking kini telah di lengkapi dengan fasilitas menu navigasi yang mana nasabah tidak perlu lagi menulis kode perintah SMS Banking, dengan menggunakan kabel data, bluetooth atau infra red sesuai dengan merk ponsel kita atau dengan menggunakan fasilitas GPRS.

#### 5. Mandiri Syariah Mobile

Layanan melalui distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet. Jenis layanan dari Mandiri Syariah Mobile seperti memberikan informasi rekening, transaksi transfer, transaksi pembayaran ( tagihan PLN, tiket, asuransi), transaksi pembelian (voucher Hp, Token PLN), pembukaan rekening tabungan mabrur, hingga fitur Islami ( jadwal sholat, lokasi masjid, arah kiblat dan hikmah). Dan aplikasi ini tersedia di di Google Play Store dan App Store.

#### 6. BSM Jual Beli Valas

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah. Menggunakan akad Sharf, menggunakan kurs jual beli yang di tetapkan oleh Bank Syariah Mandiri, jual beli valuta asing dapat dilakukan dengan tunai atau dengan pendebitan rekening dan di peruntukan perorang juga badan usaha.

## 7. Tranfer Uang Tunai

“Menjangkau Pelosok Negeri” memanfaatkan layanan BSM Tranfer Unag Tunai untuk mengirim uang kepada sanak saudara atau rekan bisnis anda di seluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirm meskipun di lokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan. Cukup menggunakan BSM Net Banking atau BSM Mobile Banking GPRS, anda dapat menikmati layanan Tranfer Uang Tunai kapan saja dan dimana saja.

## 8. BSM E-Money

BSM E-Money adalah kartu prabayar berbasis smart card yang diterbitkan oleh BSM bekerjasama dengan Bank Mandiri. Pemanfaatan mudah dan praktis dalam melakukan transaksi harian, tidak perlu membawa uang tunai dan direpotkan oleh uang kembalian. Yang dapat digunakan untuk belanja, bus, ketera, bahan bakar minyak, parkir, restoran, dan jalan tol.

### 4.4. Produk Bank Syariah

Produk Bank Syariah terbagi menjadi tiga bagian, yaitu produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk berupa jasa-jasa lainnya yang memberikan bank kepada nasabah,<sup>100</sup> akan tetapi lebih di perinci kepada produk pendanaan.

#### a) Produk Pendanaan

Produk-produk pendanaan Bank Syariah merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi

---

<sup>100</sup>Zainul Arifin, “*Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*”, (Cetakan Ke-7 Tangerang: Azkia Publisher, 2009), h. 22

Islam. Dalam hal ini Bank Syariah melakukan tidak dengan prinsip bunga (*Riba*), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syarat Islam terutama *Wadī'ah* (Titipan), *Muḍarabah* (Bagi hasil), dan *Qardh*.

Produk-produk pendanaan Bank Syariah menggunakan tiga prinsip yang berbeda terlihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Prinsip Produk Pendanaan**

	<i>Wadī'ah</i>	<i>Qardh</i>	<i>Muḍarabah</i>
Giro	V	V	
Tabungan	V	V	V
Deposito/Investasi			V

Dari Tabel 3.1 dapat di simpulkan bahwa produk-produk pendanaan bank syariah mempunyai tiga jenis yang berbeda, yaitu :

1. Giro, dengan prinsip wadī'ah atau qardh.
  2. Tabungan, dengan prinsip *wadī'ah*, *qardh*, atau *muḍarabah*.
  3. Deposito/Investasi, dengan prinsip *muḍarabah*.
- Pendanaan dengan Prinsip *Wadī'ah*
    - a. *Giro Al-wadī'ah*

Merupakan produk pendanaan Bank Syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro *wadī'ah* ini mirip dengan giro pada bank konvensional yang mana nasabah penyimpanan diberikan garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah

pembayaran lainnya dengan cara permindahan buku tanpa bank boleh menggunakan dana nasabah yang tertimbun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek atau untuk memenuhi kebutuhan *likuiditas* bank dan pembiayaan bagi hasil ini sifatnya jangka pendek. Keuntungan yang di peroleh bank dari penggunaan dana ini menjadi milik bank. Titipan murni dari suatu pihak kepada pihak lain baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki tanpa memperoleh imbalan atau keuntungan<sup>101</sup> pada Bank Syariah disebut dengan Giro *Wadiah*. Seperti : BSM Giro, BSM Giro Valas, BSM Giro Singapore Dollar, BSM Giro Euro.

b. Tabungan *wadiah*

Tabungan *wadiah* adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* yang pencairan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Mandiri Syariah. Dan memiliki manfaat gratis biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh mesin ATM Bank Mandiri, kemudahan bertransaksi dimanapun dengan menggunakan layanan Mandiri Syariah Mobile dan Internet Banking, bebas biaya transaksi di seluruh mesin EDC Mandiri dan EDC Prima. Dan fasilitas yang diberikan berupa Mandiri Syariah Debit, Mandiri Syariah Mobile, Net Banking dan gratis biaya kartu ATM GPN serta gratis biaya administrasi. Tabungan Seperti : Tabungan simpatik, Tabungan simple ib, Tabungan Dollar, Tabunganku.

---

<sup>101</sup> Herry Sutanto, dan Khaerul Uman, “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2013), h.179

- Pendanaan dalam Prinsip *Muḍharabah*

a. Tabungan *Muḍharabah*

*Muḍharabah* merupakan prinsip bagi hasil dan menggunakan akad *Muḍharabahmuthlaqāh*. Fasilitas yang diberikan berupa Mandiri Syariah Debit yang berfungsi sebagai ATM & debit dan kartu potongan harga di *merchant* yang telah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri, dan gratis penarikan uang di mesin ATM bank Mandiri, tabungan *Muḍharabah* aman dan terjamin, mudah bertransaksi di seluruh outlet Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan layanan e-banking. Jenis tabungan *Muḍharabah*: Tabungan BSM, Tabungan Berencana, Tabungan Investa Cendekia, Tabungan Pensiun, Tabungan Mabrur, Tabungan Mabrur Junior. Dalam praktiknya, tabungan *wadīah* dan *muḍharabah* yang biasa digunakan secara luas oleh Bank Syariah. Garis besar perbedaan antara tabungan *Wadīah* dan *Muḍharabah* dapat dilihat pada tabel 3.2

**Tabel 3.2 Perbandingan Tabungan *Wadīah* dan *Muḍharabah***

No.		Tabungan <i>Muḍharabah</i>	Tabungan <i>Wadīah</i>
1	Sifat dana	Investasi	Titipan
2	Penarikan	Dilakukan kapan saja	Dilakukan setiap saat.
3	Insentif	Bagi hasil	Bonus(jika ada)
4	Pengembalian	Tidak dijamin dikembalikan	Dijamin dikembalikan

Sumber : Rafa Consulting<sup>102</sup>

<sup>102</sup> Ascarya, “Akad Dan Produk Bank Syariah”, (Edisi Ke 1 Cetak Ke 6, Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 118

## 1. BSM Deposito

BSM Deposito adalah Investasi berjangka waktu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah muthlaqah*. Manfaat dari BSM Deposito dana aman dan terjamin, pengelolaan dana secara syariah, bagi hasil yang kompetitif, dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Dengan jangka waktu yang fleksibel, dicairkan pada saat jatuh tempo.

## 2. BSM Deposito Valas

BSM Deposito Valas adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah muthlaqah*.

### 4.5. Jumlah Tenaga Kerja PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa<sup>103</sup>

**Tabel 4.1**

No	Nama	Jabatan
1	Basrah Siregar	Brach Manager
2	Hannanur	Pawning Officer
3	Marissa Ardhilai	Pawning Staff
4	Ahmad Refi Rinaldi	Micro Banking Manager
5	Husni Tamrin	Micro Financing Sales
6	Sirait	Micro Financing Sales
7	Dedek Armadi	Micro Financing Sales
8	Rizaldi	JBBRM

<sup>103</sup> Wawancara dengan Guswikal Fahmi di kantor BSM Cabang Kota langsa tanggal 21 januari 2020

9	Farah Meutia	JCBRM
10	Andika Septian	JCBRM
11	Nurul Fitri	JCBRM
12	Moris Nazar Putra	Branch Operation
13	Azhari	Financing Operation
14	Guswikal Fahmi	RFO Staff
15	Rian Nessa Abdillah	RFO Staff
16	Ririn R	Verifikator Staff
17	Teruna Ilham	Account Maintenance
18	Faisal Abda	Acconunt Maintenance
19	Syaifuddin	JR. Account Maintenance
20	Musriyani Saftri	Business Control
21	Amrizal	Financing Operation
22	Ifrariyani Syafitri	CSR
23	Debby Emalia	CSR
24	Efriyal	Teller
25	Raizatul Isra	Teller
26	T. Harris Perkasa	GGs
27	T. Rushariandi	Teller
28	Maya Eliza	Clearing Operation Staff
29	Lidya	PBR
30	Sri Wahyuni	SFE

31	Ikhwan Rahmatika	Sales Force
32	Nurleli Fazri	Sales Force
33	Edy Supryanto	Security
34	Efra Rahardi	Security
35	Musaddeq	Security
36	Joko	Office Boy
37	Agus Supriyatno	Office Boy
38	Putra	Driver

#### 4.6. Analisis Deskriptif Karakter Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa puas nasabah terhadap pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan yang ada di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Langsa. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 70 responden/nasabah. Penelitian ini menggunakan teknis analisis deskriptif data – data dari hasil jawaban kuesioner yang telah dijawab responden dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 16.0.

##### 4.6.1. Propil Responden

##### 4.6.1.1. Berdasarkan Karakteristik

**Tabel 4.2**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jumlah reponden</b>	<b>Persentase %</b>
Laki-laki	20	28,6 %
Permpuan	50	71,4 %
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 70 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah 71,4 % perempuan dan 28,6 % laki-laki.

#### 4.6.1.2. Berdasarkan Usia

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Jumlah Reponden</b>	<b>Persentase %</b>
19-22	11	15,7 %
23-40	59	84,3 %
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 70 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah sebanyak 15,7 % pada usia antara 19 sampai dengan 22 tahun, sedangkan 84,3 % di antara usia 23 sampa 40 tahun.

#### 4.6.1.3. Jenis Produk

**Tabel 4.4**

#### **Karakteristik Jenis Tabungan**

<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Responden</b>	<b>Tabungan wadiah</b>	<b>Tabungan muḍharabah berkah</b>	<b>Tabungan investa cendekia</b>	<b>Persentase %</b>
19-22	11	11			15,7 %
23-40	59	8	19	32	84,3 %
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 70 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah terdapat 15,7 % usia antara 19-22 tahun

yang memiliki tabungan wadiah , sentara 84,3 % yang berusia 23-40 tahun yang memiliki jenis tabungan seperti tabungan wadiah 8 responden, 19 responden memiliki tabungan mudharabah berkah, dan 32 responden lainnya memiliki tabungan investa cendekia yang dapat digunakan untuk keperluan pendidikan di masa mendatang.

#### 4.6.1.4. Berdasarkan Aktifitas Saat Melakukan Transaksi

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Jenis Transaksi**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Reponden</b>	<b>Tranfer</b>	<b>Menabung</b>	<b>Penarikan</b>	<b>Persentase %</b>
Laki-laki	20	10	6	4	28,6 %
Perempuan	50	18	22	10	71,4 %
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 70 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah sebesar 28,6 % responden Laki-laki melakukan transfer 10 responden, menabung 6 dan 4 melakukan penarikan. Sedangkan 71,4 % responden perempuan melakukan 18 transfer, 22 menabung dan 10 melakukan penarikan.

### 4.7. Analisis Uji Instrumen

#### 4.7.1. Validitas

Uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0 yang bertujuan untuk mengetahui setiap butir pertanyaan , pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini

adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika koefisien korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir-butir penelitian ini dinyatakan valid<sup>104</sup>. Dengan  $N = 70$  didapatkan  $r_{tabel} = 0.235$  hasil pengujian validitas yang di peroleh tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

Jumlah Butir	$r_{hitung}$	Nilai ( $r_{tabel}$ )	Ket
<b>Pemasaran Produk (X<sub>1</sub>)</b>			
X <sub>1.1</sub>	0.826	0.235	Valid
X <sub>1.2</sub>	0.773	0.235	Valid
X <sub>1.3</sub>	0.854	0.235	Valid
X <sub>1.4</sub>	0.674	0.235	Valid
<b>Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>			
X <sub>2.5</sub>	0.322	0.235	Valid
X <sub>2.6</sub>	0.417	0.235	Valid
X <sub>2.7</sub>	0.737	0.235	Valid
X <sub>2.8</sub>	0.576	0.235	Valid
X <sub>2.9</sub>	0.696	0.235	Valid
X <sub>2.10</sub>	0.586	0.235	Valid
X <sub>2.11</sub>	0.439	0.235	Valid
X <sub>2.12</sub>	0.478	0.235	Valid

<sup>104</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS, ( Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52-53

<b>X<sub>2.13</sub></b>	0.616	0.235	Valid
<b>X<sub>2.14</sub></b>	0.737	0.235	Valid
<b>Fasilitas Transaksi Keuangan (X<sub>3</sub>)</b>			
<b>X<sub>3.15</sub></b>	0.636	0.235	Valid
<b>X<sub>3.16</sub></b>	0.811	0.235	Valid
<b>X<sub>3.17</sub></b>	0.820	0.235	Valid
<b>X<sub>3.18</sub></b>	0.393	0.235	Valid
<b>X<sub>3.19</sub></b>	0.798	0.235	Valid
<b>X<sub>3.20</sub></b>	0.595	0.235	Valid
<b>X<sub>3.21</sub></b>	0.811	0.235	Valid
<b>X<sub>3.22</sub></b>	0.820	0.235	Valid
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>			
<b>Y1.23</b>	0.651	0.235	Valid
<b>Y2.24</b>	0.742	0.235	Valid
<b>Y3.25</b>	0.670	0.235	Valid
<b>Y4.26</b>	0.707	0.235	Valid
<b>Y5.27</b>	0.717	0.235	Valid
<b>Y6.28</b>	0.666	0.235	Valid
<b>Y7.29</b>	0.780	0.235	Valid
<b>Y8.30</b>	0.678	0.235	Valid

Sumber : Data Primer diolah Dengan SPSS 16.0, Januari 2020

Dari tabel 4.6 dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{tabel} = 0.235$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan dari semua variabel pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian.

#### 4.7.2. Uji Reliabilitas (reliabel)

Suatu kuesioner atau pernyataan dikatakan reliabel dan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan uji statistic *cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Nilai koefisien (*cronbach Alpha*)  $> 0.60$ , maka instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.<sup>105</sup>

Tabel 4.7

#### Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ )	Probabilitas	Keterangan
Pemasaran Produk ( $X_1$ )	0.784	$> 0.60$	Reliabel
Pelayanan ( $X_2$ )	0.763	$> 0.60$	Reliabel
Fasilitas Transaksi Keuangan ( $X_3$ )	0.853	$> 0.60$	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.852	$> 0.60$	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 16.0 Januari 2020.

Dari tabel 4.7 dapat disimpulkan dari hasil uji reliabilitas bahwa *cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari nilai probabilitas yang telah ditentukan ialah 0,60 jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan

<sup>105</sup>*Ibid.*....h. 83

mengenai pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa jadi jawaban dari pertanyaan dan pernyataan yang di sebar melalui angket adalah reliabel atau handal. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan Pemasaran Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Transaksi Keuangan terhadap kepuasan nasabah konsisten dan stabil.

#### **4.8. Uji Asumsi Klasik**

##### **4.8.1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dalam variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal<sup>106</sup>. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

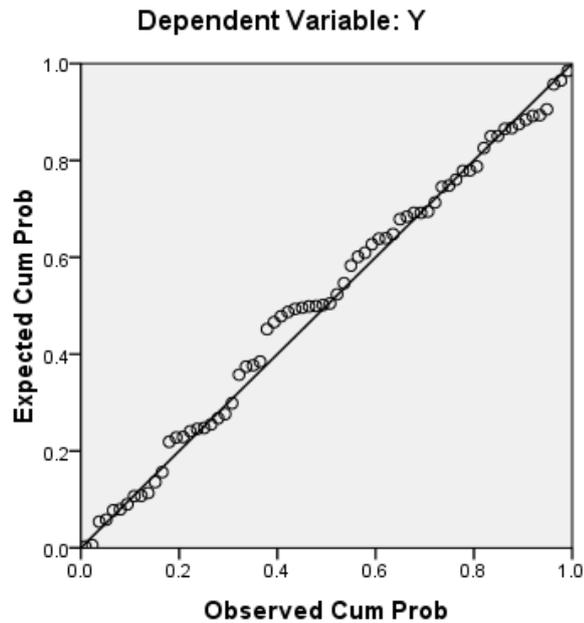
Adapun hasil pengujian garis normalitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar 4.8 berikut :

---

<sup>106</sup> Priyatno, Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS, (Yogyakarta: GAVA Media, 2013), h. 56

Gambar 4.8

Hasil Uji Normalitas  
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer dengan SPSS 16.0, Januari 2020.

Di lihat dari gambar 4.8 di atas dari hasil pengujian grafik normal probability pilot, tampak bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karenatelah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.8.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen.<sup>107</sup> Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Faktor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>108</sup> Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Pemasaran Produk	.795	.780	.670	.904	1.107
Pelayanan	.365	.299	.169	.941	1.063
Fasilitas Transaksi Keuangan	.396	.371	.215	.947	1.056

sumber: Data diolah Januari 2020

Dari tabel 4.9 terlihat hasil uji multikolinearitas (Uji VIF) dilihat tabel 4.9 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yakni pemasaran produk,

<sup>107</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS, (Semarang: Badan Peneliti UNDIP, 2016), h. 110

<sup>108</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 170

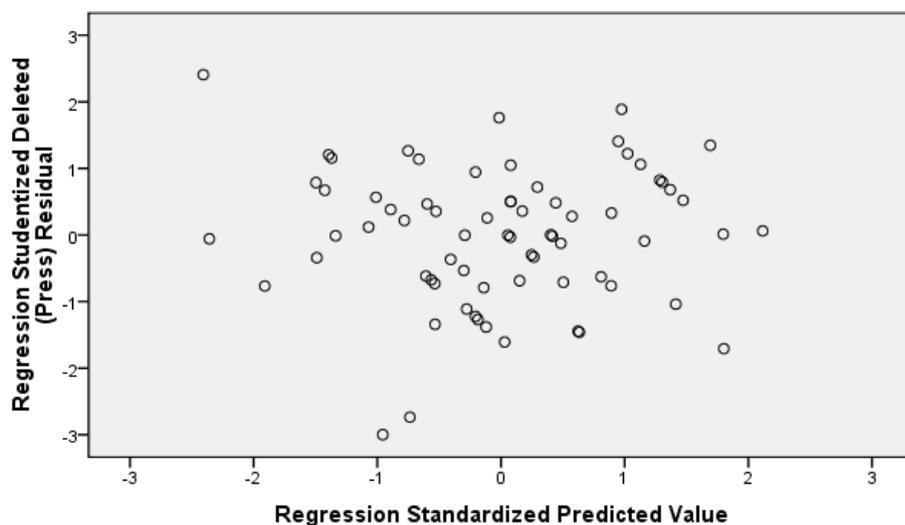
pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan yaitu tidak melebihi 4 atau 5, bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antara variabel independen, yang mana diketahui bahwa model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

#### 4.8.3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan plot residu yaitu melihat sebaran residu untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Dengan pengambilan keputusan, jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>109</sup>

**Gambar 4.10**  
Scatterplot

**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
Dependent Variable: Y



<sup>109</sup>*Ibid*,....h. 171

Dari gambar 4.10 memperlihatkan titik-titik (poin-poin) menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas atau teratur, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4.8.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode  $t$  dengan kesalahan penggunaan pada periode  $t-1$  atau uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dengan regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Durbin-Watson (D-W).<sup>110</sup>

Untuk uji autokorelasi adalah dengan melihat nilai Durbin-Watson (D-W):

1. Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W di antara D-W sampai + 2 berarti tidak adak autokorelasi.
3. Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

---

<sup>110</sup> Dr. Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Ke Dua* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 144-182

**Tabel. 4.11**

**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Change Statistics					Durbin-Watson
R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
.711	54.099	3	66	.000	1.821

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Transaksi Keuangan, Pemasaran Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1.821 oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi di dalam penelitian.

**4.9. Analisis Regresi Berganda**

Dari hasil analisis regresi berganda pada pengaruh pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah sebagai berikut :

**Tabel. 4.12**

**Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2.129	2.117		1.006	.318

<b>Pemasaran Produk</b>	1.048	.104	.704	10.116	.000
<b>Pelayanan</b>	.134	.053	.174	2.550	.013
<b>Fasilitas Transaksi Keuangan</b>	.205	.063	.221	3.247	.002

$$Y = 2,129 + 1,048 (X1) + 0,134(X2) + 0,205(X3)$$

Berdasarkan tabel 4.12 dalam persamaan regresi berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta = 2,129 menunjukkan bahwa jika variabel pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan maka dalam melakukan pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa adalah sebesar 2,129 satuan.
2.  $b_1 = 1,048$  diketahui bahwa apabila variabel pemasaran produk meningkat sebesar 1 satuan maka pemasaran produk di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa akan meningkat sebesar 3,177 satuan.
3.  $b_2 = 0,134$  menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan di tingkatkan sebesar 1 satuan maka pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa akan meningkat sebesar 2,263 satuan.
4.  $b_3 = 0,205$  di lihat bahwa bila variabel fasilitas transaksi keuangan di tingkatkan sebesar 1 satuan maka fasilitas transaksi keuangan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa akan meningkat sebesar 2,334 satuan

#### 4.9.1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi nilai variabel dependen. Bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R-Square*. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.711	.698	1.864

Pada tabel 4.13 di peroleh hasil perhitungan uji determinasi koefisien determinasi atau *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,698 hal ini berarti bahwa 69,8 % variasi kepuasan nasabah ditentukan oleh peran dari variasi nilai pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan. Sedangkan sisanya (100 % - 69,8 % = 30,2 % ), di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan pada penelitian ini.

#### 4.9.2. Uji T (Parsial)

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa maka dapat dilihat dari hasil uji t. Kreteria pengujiannya Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.14 :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.129	2.117		1.006	.318
	Pemasaran Produk	1.048	.104	.704	10.116	.000
	Pelayanan	.134	.053	.174	2.550	.013
	Fasilitas Transaksi Keuangan	.205	.063	.221	3.247	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Daritabel 4.14 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang pertama berbunyi “Bagaimana pengaruh Pemasaran Produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dengan rumusan hipotesis:

$H_{01}$ : Variabel Pemasaran Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

$H_{a1}$ : Variabel Pemasaran Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

Pengujian secara parsial Pengaruh Pemasaran Produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 terlihat bahwa nilai probabilitas pemasaran produk (sig) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig (0,000) < 0,05 maka  $H_0$  ditolak artinya Pemasaran Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

- b. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang kedua berbunyi “Bagaimana pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dengan rumusan hipotesis:

$H_{02}$ : Variabel Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

$H_{a2}$ : Variabel Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

Hasil pengujian secara parsial Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 terlihat bahwa nilai probabilitas pemasaran produk (sig) adalah sebesar 0,013. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig  $(0,013) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

c. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang ketiga berbunyi “Bagaimana pengaruh Fasilitas Transaksi Keuangan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota langsa dengan rumusan hipotesis:

$H_{03}$ : Variabel Fasilitas Transaksi Keuangan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

$H_{a3}$ : Variabel Fasilitas Transaksi Keuangan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial Fasilitas Transaksi Keuangan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 terlihat bahwa nilai probabilitas pemasaran produk (sig) adalah sebesar 0,002. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig  $(0,002) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya Fasilitas Transaksi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa.

### 4.9.3. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut<sup>111</sup>:

- c. Jika nilai sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak
- d. Jika nilai sig > 0,05 maka H<sub>a</sub> diterima

Adapun hasil dari pengujiannya dalam tabel 4.15

**Tabel 4.15**

#### Hasil uji F (simultan)

##### ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	563.938	3	187.979	54.099	.000 <sup>a</sup>
Residual	229.333	66	3.475		
Total	793.271	69			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Transaksi Keuangan, Pemasaran Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 16.0 terlihat bahwa nilai F dengan probabilitas sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan secara bersama-sama atau simultan

---

<sup>111</sup>*Ibid*,...h. 88

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

#### **4.10. Pembahasan Hasil Analisis Data**

##### **1. Pengaruh Pemasaran Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.**

###### **Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa**

Hasil pengujian hipotesis yang pertama bahwa variabel pemasaran produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Di dalam penelitian ini, di peroleh dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,116 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,116 > 1,667$ ) dengan taraf signifikan variabel pemasaran produk sebesar 0,000 hal ini berarti dibawah 0,05, dengan demikian hipotesis pertama  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga di ambil kesimpulan bahwa secara parsial bahwa pemasaran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Putri Pertiwi, “Pengaruh Pemasaran Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Bogor” yang menjelaskan bahwa pemasaran produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah. Pemasaran produk merupakan salah satu yang sangat di perhatikan nasabah untuk mengetahui produk yang di pasarkan oleh bank syariah melalui marketing yang di butuhkan oleh nasabah, inovatif dan menjadi alasan bagi nasabah sekaligus daya tarik dalam memasarkan produk yang di berikan oleh bank syariah kepada nasabah. Pemasaran produk yang diberikan pihak Bank

Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa kepada nasabah akan mempengaruhi nasabah untuk mengambil produk yang di pasarkan oleh Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah dan menceritakan atas kepuasannya kepada orang lain.

## **2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa**

Hasil pengujian hipotesis yang kedua bahwa variabel pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Di dalam penelitian ini, di peroleh dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,550, yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,550 > 1,667$ ) dengan taraf signifikan variabel pemasaran produk sebesar 0,015 hal ini berarti dibawah 0,05, dengan demikian hipotesis pertama  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga di ambil kesimpulan bahwa secara parsial bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Julia Sri Ningsih, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Tingkat Religius dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Menabung di Perbankan Syariah, ( Study Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung)” dan Rahma Bellani Oktaviandri Iranati, meneliti tentang “ Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, yang menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah. Pelayanan merupakan

salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Karena jika pelayanan diberikan oleh bank dengan baik maka nasabah akan merasa puas dan tetap ingin menjadi nasabah di Bank Syariah.

Pelayanan adalah kunci dalam sebuah keberhasilan dalam berbagai bentuk usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Pelayanan yang cepat, tanggap, akurat seperti selalu siap dalam memberikan bantuan kepada nasabah dalam melakukan transaksi, menjalin komunikasi yang baik, pegawai bank yang berpenampilan rapi dan menarik sesuai syariah, memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan benar serta perilaku sopan karyawan terhadap nasabah, begitu juga di bantu oleh petugas security memberikan pelayanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi.

### **3. Pengaruh Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa**

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga bahwa variabel Fasilitas Transaksi Keuangan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Di dalam penelitian ini, di peroleh dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0 di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,247, yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,247 > 1,667$ ) dengan taraf signifikan variabel pemasaran produk sebesar 0,002 hal ini berarti dibawah 0,05, dengan demikian hipotesis pertama  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga di ambil kesimpulan bahwa secara

parsial bahwa fasilitas transaksi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh M. Aminudin, meneliti tentang “ Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Fasilitas Transaksi Keuangan di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Memilih Produk Bank Syariah (Salahtiga: IAIN Salahtiga” yang menjelaskan bahwa Fasilitas Transaksi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan memilih produk di bank syariah, bahwa fasilitas transaksi keuangan di dalam Bank Syariah sangat di butuhkan karena melihat jaman sudah menggunakan teknologi digital 4.0, dalam melakukan transaksi dan tanpa harus mendatangi ke Bank Syariah langsung kapan dan di mana pun dapat melakukan transaksi. Seperti *ATM, Mobile Banking, SMS Banking, E-Money, E- Banking*. Jika fasilitas transaksi keuangan yang di berikan pada pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dapat di tingkatkan maka dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan bank syariah juga saat ini di kota langsa fasilitas transaksi keuangan seperti *QR Code* yang sudah bekerja sama dengan beberapa tempat warung kopi yang ada di kota langsa dapat memudahkan nasabah dalam membayar dan melakukan transaksi tanpa harus menggunakan uang tunai.

Fasilitas Transaksi Keuangan adalah tempat yang strategis untuk dapat meningkatkan kemudahan dan keefesiensi dalam melakukan transaksi tanpa harus mengantri di Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa akan tetapi dengan adanya fasilitas transaksi keuangan ini dapat memudahkan atau memanjakan nasabah fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Cabang Kota Langsa dapat

dilakukan dimana saja menggunakan teknologi digitas seperti andoid, karena persaingan tidak hanya pada bank konvensional akan tetapi persaingan juga antara bank syariah berlomba untuk menarik nasabah dan memberikan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan.

#### **4. Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa**

Pengujian hipotesis yang pertama ( $H_1$ ), kedua ( $H_2$ ), dan ketiga ( $H_3$ ), sudah di jelaskan ketigannya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.

Hasil penelitian hipotesis keempat bahwa pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan positif signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di bank syariah mandiri cabang kota langsa dengan analisis regresi berganda menggunakan Uji F (Simultan). Hal ini dijelaskan oleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (  $54,099 > 2,74$  ) dan signifikan  $0,000 < 0,05$  ini berarti hipotesis keempat  $H_a$  di terima dan  $H_0$  ditolak. Ini menunjukkan bahwa pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank syariah mandiri cabang kota langsa.

Dari uji koefisiensi determinasi dari variabel pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa sebesar 0,698 atau sebesar 69,8 %. Hal ini berarti sebesar 69,8 % kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen. Artinya, 69,8 % variabel pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan sisanya 30,2 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak di perhitungkan dalam analisis penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan diatas sudah jelas bahwa hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh pemasaran produk, pelayan dan fasilitas transaksi keuangan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Adanya temuan penelitian ini Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dapat lebih meningkatkan lagi pemasaran, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan agar dapat memberikan rasa minat dan sekaligus memberikan kepuasan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan dapat memenangi persaingan di bisnis antar lembaga keuangan lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pemasaran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa berdasarkan ketentuan sig bahwa  $0,000 < \text{dari } 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Sehingga jika terjadi kenaikan pada variabel pemasaran produk sebesar 1 satuan maka akan peningkatan variabel kepuasan nasabah sebesar 3,177 satuan.
2. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa berdasarkan ketentuan sig bahwa  $0,013 < \text{dari } 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Sehingga jika terjadi kenaikan pada variabel pelayanan sebesar 1 satuan maka akan peningkatan variabel kepuasan nasabah sebesar 2,263 satuan.
3. Variabel fasilitas transaksi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri

Cabang Kota Langsa berdasarkan ketentuan sig bahwa  $0,002 <$  dari  $0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas transaksi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Sehingga jika terjadi kenaikan pada variabel fasilitas transaksi keuangan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel kepuasan nasabah sebesar 2,334 satuan.

4. Hasil Uji F ( Simultan) pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 16.0 terlihat bahwa nilai F dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  dan diketahui bahwa dijelaskan oleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (  $54,099 > 2,74$  ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. Dan dilihat dari Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 69,8 % yang berarti bahwa kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa dapat dijelaskan oleh variabel pemasaran produk, pelayanan dan fasilitas transaksi keuangan sebesar 69,8 % dan sisanya sebesar 30,2 dijelaskan oleh variabel lain.

## **5.2. Saran-Saran**

Saran – saran yang dapat di berikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa

Sebagai sebuah lembaga yang bergerak di bidang jasa yang tidak terlepas dari pemasaran produk, pelayanan, dan fasilitas transaksi keuangan yang bertujuan untuk menunjang kegiatannya. Maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian di atas ada beberapa saran pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa yaitu: dari segi pemasaran yang masih ada nasabah yang tidak tau produk yang ada di Bank Syariah Mandiri, Pelayanan masih harus di tingkatkan karena pelayanan adalah ujung tombak sebuah usaha baik pelayanan maka baik juga kepuasan nasabah, dan dari segi fasilitas transaksi di tingkatkan seperti ATM yang masih terbatas di Kota Langsa, ATM masih ada terjadi offline dan Bank Syariah Mandiri belum ada menyediakan Mesin ATM Setor Tunai.

## 2. Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak lagi variabel akan dapat menghasilkan hasil dan kesimpulan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU :

Abdurrahman Bin Nashir As-Sa'di, Syaikh. "*Taisir Al-Karim Ar-Rahman (Tafsir Al-Qur'an*", Jakarta: Darul Haq, 2017.

Arifin, Zainul. "*Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*", Cetakan Ke-7 Tangerang: Azkia Publisher, 2009.

Ascarya. "*Akad Dan Produk Bank Syariah*", Edisi Ke 1 Cetak Ke 6, Depok: Rajawali Pers, 2017

Bawono, Anton. "*Multivariate analysis SPSS*". Salatiga : STAIN Salatiga Pres.2006.

Depag RI, "*Al-Qur'an Dan Terjemahannya*", Jakarta: Karya Insani Indonesia, 2017.

Juliandi, Azuar dan Irfan. "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013.

"*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", Medan: Perdana Mulya Sarana. 2013.

"*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", Cita Pustaka : Cita Pustaka Media Printis 2013, h. 28

Ghozali, Imam. "*Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*", Semarang: Badan Peneliti UNDIP, 2016.

"*Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

"*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Hadi , Sutrisno. *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Andi Offsett, 2017.

Kasmir, "*Pemasaran Perbankan,*" Jakarta: Cetakan Ke-2. PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

\_\_\_\_\_ "*Bank Dan Lembaga Keuangan*", Jakarta: Raja Grafindo Persada, Cet. Ke-6, 2002.

Kirom , Bahrul. “*Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*” (Edisi Revisi), Bandung: Pustaka Reka Cipta 2015.

Kotler, Philip dkk, “*Manajemen Pemasaran,*” Edisi 13 Jilid, Jakarta: Erlangga, 2009.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13 Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2017.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran,*” Edisi 3 Jilid I, Andi: Jogjakarta: 2009.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*” Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.

Leonard, I.berry Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta Salemba Empat, 2008.

Lupiadi, Rambat. “ *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*”, Jakarta: Salemba Empat, 2016.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompeten*”, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Muhammad. “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*” Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Nasition. *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.

Priyatno. “Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS”, Yogyakarta: GAVA Media, 2013.

\_\_\_\_\_ “Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS”, Yogyakarta: GAVA Media, 2013.

Rianto, Nur. *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2012.

Rivai, Veithzal., “*Islamic Marketing*”, Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2016.

Sutanto, Herry dan Khaerul Uman. “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*” Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Pustaka Setia, 2015.

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*,  
Bandung, Pustaka Setia, 2013).

\_\_\_\_\_ “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*,  
Bandung, Pustaka Setia, 2013).

Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi SPSS*.  
Yogyakarta:Penerbit Andi, 2011.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.  
Bandung: Alfabeta, 2008.

Tjiptono, Fadil. “*Strategi Pemasaran*”, Edisi Ketiga, Jakarta: Offset, 2017.

\_\_\_\_\_ “*Strategi Pemasaran*”, Edisi Ketiga, Jakarta: Offset, 2001.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Ke  
Dua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

#### **WAWANCARA :**

Ade Fadillah FW Pospos, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN  
Langsa, Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN  
Langsa), tanggal 20 Juni 2019

Andi Tarlis, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa,  
Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa),  
tanggal 20 Juni 2019.

Chahayu Astina, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa,  
Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa),  
tanggal 21 Juni 2019

Fahrizal, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa,  
Wawancara di Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN Langsa),  
tanggal 21 Juni 2019

Fitri Yana, Mahasiswi Falkutas Tarbiyah IAIN Langsa, Wawancara di  
Gedung Fakultas Tarbiyah, tanggal 20 Juni 2019. (PT. Bank Syariah Mandiri  
Cabang Kota Langsa)

Nurjannah, Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa, Wawancara di Laboratorium Terpadu (IAIN Langsa), tanggal 21 Juni 2019, (pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa)

Wawancara dengan pak T. Harris Perkasa di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa, 21-Januari 20120

Wawancara dengan Guswikal Fahmi di kantor BSM Cabang Kota langsa tanggal 21 januari 2020

### **Skripsi**

Yuli Astria, Skripsi *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Permata Tabungan Syariah Cabang Ateri Pondok Indah*, Fakultas Dan Manajemen Institus Pertanian Bogor, 2008

Abdul Rozak, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai*” (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016.

Anggi Yuliana Putri, “ *Pengaruh Kedisiplinan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Kasus Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa)*” Skripsi IAIN Langsa, 2017.

Badi’u Rajab, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah*” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013.

### **Wabsite**

<https://www.ojk.go.id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik--Perbankan-Syariah-Maret-2019.aspx> di unduh tanggal 29 Mei 2019

<https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/jasa-produk/bsm-net-banking>. di akses tanggal 22 januari 2020.

Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 13 januari 2020 hari senin dari situs <http://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>.

<https://petalokasi.org/KotaLangsa/Bank-Syariah-Mandiri-656662/> pada  
tanggal 17 Juli 2019 jam 12.42

Syariah Mandiri, diakses pada tanggal 13 januari 2020 hari senin dari situs  
<http://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>.

<https://petalokasi.org/KotaLangsa/Bank-Syariah-Mandiri-656662/> pada  
tanggal 17 Juli 2019 jam 12.42

**Lampiran I: Kuesioner Penelitian**

**PENGARUH PEMASARAN PRODUK, PELAYANAN, DAN FASILITAS  
TRANSAKSI KEUANGAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH di PT.  
BANK SYARIAH MANDIRI Cab.KOTA LANGSA**

Tanggal : .....

No Responden : .....

Identitas Responden :

1) Nama : .....

2) Jeniskelamin :  Laki-laki

Perempuan

3) Usia :  19-22 tahun

23-40 tahun

4) Memiliki Jenis Produk/Tabungan BSM : (.....)

5) Saat Ini Sedang Melakukan Transaksi : (Transfer/ Menabung(Setor)/Penarikan)

**Petunjuk pengisian Kuisisioner :**

1. Kejujuran bapak/ibu/saudara/i dalam mengisi kuisisioner sangat mendukung penelitian ini. Atas kesediaan bapak/ibu/saudara/I saya akan menjamin kerahasiaannya dengan mengisi kuisisioner ini saya mengucapkan terimakasih.
2. Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran anda yang sebenarnya dengan cara memilih :



(Perhatian)		Merata Tanpa Membedakan Status dan Ekonomi.				
	8	Pegawai BSM Langsa Peham dengan Kebutuhan Nasabah				
Tangeibles (Kemampuan Fisik)	9	Bsm Langsa Memakai Peralatan yang Terlihat Canggih dan Moderen				
	10	Pegawai BSM Langsa Menjaga Kerapian dan Keberihan Ruangan				

### 3. Fasilitas Transaksi Keuangan

Indikator	NO	Kepuasan	Tingkat kepuasan			
			TS	KS	S	SS
Penggunaan	1	Menurut saya penggunaan BSM Net Bangking sudah baik dan cepat.				
	2	Menurut saya fasilitas Mandiri Syariah Mobile sudah baik dan dapat di akses di Google Play Store dan App Store.				
	3	Tranfer Uang Tunai bisa di gunakan dimana saja samapai seluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman.				
	4	Fitur yang ada di dalam BSM E-Money sesuai kebutuhan nasabah dan dapat digunakan buat belanja,parkir dan jalan tol.				
	5	Penggunaan BSM Sentral Bayar dapat menerima pembayaran tagihan pelanggan				
Fungsi dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	6	Pencahayaan dalam ruangan ATM baik dan terang				
	7	Penampilan visual e-banking dapat memberikan petunjuk untuk pembayaran berbagai jenis pembayaran listrik, pulsa dan tiket pesawat				
	8	Penempatan dalam mobile banking tidak hanya untuk transaksi tetapi terdapat fitur info islami jadwal sholat, pembayaran zakat.				

#### 4. Kepuasan Nasabah

Tingkat kepuasan adalah kinerja pelayanan, kualitas produk, dan kenyamanan di bank syariah mandiri yang anda terima.

Berikan penilaian berdasarkan kriteria anda dengan menggunakan tanda ceklis (√).

Indikator	NO	Kepuasan	Tingkat kepuasan			
			TS	KS	S	SS
Kepuasan keseluruhan	1	Menurut saya fasilitas transaksi keuangan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah				
Dimensi keseluruhan dimensi	2	Menurut saya banyaknya mesin ATM yang disediakan oleh BSM				
Konfirmasi harapan	3	Menurut saya Pelayanan yang diberikan sewaktu melakukan transaksi sudah sesuai dengan harapan				
Konfirmasi harapan	4	Menurut saya pegawai BSM Langsa menjaga Keramahan, kesopanan, dan kerapian				
Dimensi keseluruhan dimensi	5	Menurut saya pegawai BSM Langsa sudah Cepat tanggap terhadap keluhan nasabah				
Niat beli ulang	6	Menurut saya Produk yang di pasarkan BSM sesuai kebutuhan nasabah				
Ketidak puas pelanggan	7	Saya merasa puas selama menjadi nasabah BSM Langsa				
Kesediaan untuk merekomendasi	8	Saya menceritakan kepuasan saya menjadi nasabah BSM Langsa kepada teman				

---

TERIMAKASIH ATAS KESEDIAAN BAPAK/IBU DAN TEMAN –TEMAN  
BERSEDIA UNTUK MENGISI KUESIONER INI

**Lampiran 2: Deskripsi Responden**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jenis Tabungan	Melakukan Transaksi
1	Bebi Agustina	23-40	P	Tabungan Wadiah	Tranfer
2	F. Wiandari	23-40	P	Tabungan Wadiah	Tranfer
3	Sri Oktaviani	23-40	P	Tabungan Wadiah	Tranfer
4	Nur Jamaliah	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
5	Zaina Marisca	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
6	Dini Rizki Hafilia	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
7	Jono Subadri	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
8	Tri Adriansyah	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
9	Abdullah Miskan	23-40	L	Tabungan Wadiah	Tranfer
10	Tri Kusuma	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
11	Yoga	23-40	L	Tabungan Wadiah	Tranfer
12	Aulia Firmansyah	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
13	Tri Alamsyah	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer

14	Syahrizal	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
15	Agus Supriyatno	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer
16	M.Syaiful, St	23-40	L	Tabungan Wadiah	Tranfer
17	Mashudi	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
18	Mahardika	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
19	Adrian Syahputra	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
20	Nurjannah	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
21	Erlina	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
22	Ella Mahyuni	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
23	Ramida Siska	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
24	Nadia	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
25	Masthura	19-22	P	Tabungan Wadiah	Menabung
26	Zahra Maulida Lx	23-40	P	Tabungan Wadiah	Menabung
27	Nisrina Fitri	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
28	Yuliana Puspita Sari	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung

29	Putri Mauliza	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
30	Syadza Auliani	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
31	Nurfazillah	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
32	Rahma	23-40	P	Tabungan Wadiah	Menabung
33	Rizka Febrina	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
34	Dini Mai Hesty	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
35	Nurul Ardlina	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
36	Dinda Natasyah	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
37	Krismayanti J Putri	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
38	Raudatul Jannah	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
39	Yanti	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
40	Siti Murni	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Menabung
41	Husnawati	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
42	Milatul Kadriah	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
43	Devi Fanievi	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Tranfer

44	Asmaul Husna	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
45	Dilla Fadila	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
46	Wahidah Yusti	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
47	Sheila Andika	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
48	Mutia Sari	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
49	Bunga Sentiana	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
50	Anda Lusia	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
51	Winda Permata Sari	19-22	P	Tabungan Wadiah	Tranfer
52	Zhafurah Hibatul Haqqi	23-40	P	Tabungan Mudharabah Berkah	Tranfer
53	Ananda Khairunnisa	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
54	Dhea Rismara	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
55	Tasya	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
56	Nur Hayati	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
57	Zahratul Aina	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
58	Jelita	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan

59	Siti Khodijah	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
60	Safrida	19-22	P	Tabungan Wadiah	Penarikan
61	Elmi Purnama	19-22	P	Tabungan Wadiah	Penarikan
62	Cut Sumiati	23-40	P	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
63	Fiqih Syahrizal	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
64	Abbiyu Dwi Rizki	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
65	Ramadana	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Menabung
66	Ayang Septiawan	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
67	Rahmat Suryadi	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan
68	Tara	19-22	P	Tabungan Wadiah	
69	Agung	19-22	L	Tabungan Wadiah	Penarikan
70	Satria	23-40	L	Tabungan Investa Cendekia	Penarikan

Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner

NO.	Pemasaran Produk					Pelayanan										Fasilitas Transaksi Keuangan										Kepuasan Nasabah									
	RES	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2	X3.15	X3.16	X3.17	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	X3.22	X3	Y1.23	Y2.24	Y3.25	Y3.26	Y3.27	Y3.28	Y3.29	Y3.30	Y
1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	2	3	4	3	3	3	3	24	
2	3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	4	3	3	3	3	3	25	
3	3	3	4	4	14	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	4	2	3	3	4	4	26	
4	2	3	1	3	9	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	3	4	2	3	3	1	3	21	
5	2	2	3	2	9	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	26	3	3	3	2	3	3	3	3	23	2	2	3	4	3	2	3	2	21	
6	3	3	3	3	12	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	32	3	2	3	3	3	2	2	3	21	3	2	2	3	2	3	3	3	21	
7	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	36	3	4	4	3	3	3	4	4	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
8	3	3	4	4	14	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	4	4	4	4	3	4	4	30	
9	1	1	1	4	7		4	3	3	3	2	2	3	2	3	25	3	4	4	4	4	4	4	4	31	1	1	4	3	4	1	1	4	19	
10	3	3	3	3	12	1	4	3	4	3	3	2	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
11	3	3	3	3	12	3	3	2	2	2	4	4	4	4	2	30	3	4	3	3	3	3	4	3	26	3	3	3	4	3	3	3	3	25	
12	3	3	3	3	12	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	2	2	2	3	3	3	21	
13	3	3	3	2	11	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29	4	3	3	2	4	3	3	3	25	3	2	3	3	3	3	3	2	22	
14	2	3	3	3	11	3	4	3	2	3	3	1	4	3	3	29	4	4	4	3	3	3	4	4	29	2	2	3	2	3	3	3	3	21	
15	3	3	3	3	12	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	27	3	2	2	3	2	3	2	2	19	3	2	2	2	3	3	3	3	21	
16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	4	3	4	3	3	4	27	3	3	2	3	3	3	3	3	23	
17	3	3	3	3	12	1	3	1	2	1	3	3	2	3	1	20	4	3	3	3	2	3	3	3	24	3	1	2	3	3	3	3	3	21	
18	3	3	3	3	12	1	2	1	1	1	3	2	2	3	1	17	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3	3	2	2	1	3	3	3	20	
19	3	2	3	3	11	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28	2	2	2	3	2	3	2	2	18	3	2	1	1	1	2	3	3	16	
20	2	3	3	1	9	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	26	3	3	3	1	3	3	3	3	22	3	3	3	2	3	3	3	1	21	
21	1	3	3	1	8	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	19	3	2	3	1	2	3	2	3	19	3	3	3	3	2	3	3	1	21	
22	3	3	3	3	12	3	2	3	2	3	1	1	1	1	3	20	2	3	3	3	3	3	3	3	23	3	2	3	2	2	3	3	3	21	
23	1	1	1	3	6	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28	3	4	2	3	3	3	4	2	24	1	3	3	2	3	1	1	3	17	
24	4	4	4	3	15	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	22	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	4	4	3	27	
25	2	3	2	1	8	3	1	3	3	3	2	3	2	2	3	25	3	3	3	1	3	3	3	3	22	3	2	3	1	2	3	2	1	17	
26	2	3	2	2	9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29	4	4	4	2	4	4	4	4	30	2	3	4	3	3	3	2	2	22	
27	2	3	3	3	11	3	3	1	1	1	3	3	3	3	1	22	3	3	4	3	3	3	3	4	26	3	2	4	3	3	3	3	3	24	
28	3	3	3	2	11	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	22	3	4	3	2	3	3	4	3	25	3	3	1	1	1	3	3	2	17	
29	3	3	4	2	12	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	27	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	2	3	2	2	3	4	2	21	
30	3	4	3	3	13	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	34	4	3	3	3	4	3	3	3	26	2	4	3	2	2	4	3	3	23	
31	3	3	3	4	13	2	3	4	2	4	1	1	1	1	4	23	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	1	3	3	4	3	3	4	25	
32	3	3	3	1	10	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	28	3	2	2	1	2	3	2	2	17	3	3	3	2	4	3	3	1	22	
33	3	3	3	3	12	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	28	3	3	4	3	4	3	3	4	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
34	3	1	3	3	10	2	1	3	2	3	4	3	3	4	3	28	4	3	3	3	2	3	3	3	24	4	2	3	3	3	1	3	3	22	
35	4	3	4	3	14	3	3	2	1	2	4	3	2	4	2	26	4	3	3	3	3	4	3	3	26	4	3	1	2	3	3	4	3	23	
36	4	4	4	3	15	4	3	2	1	2	3	3	3	3	2	26	2	2	2	3	2	3	2	2	18	4	3	4	1	2	4	4	3	25	
37	3	3	3	3	12	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	4	1	2	3	3	3	21	
38	4	3	4	4	15	3	3	4	3	4	3	1	2	3	4	30	3	2	3	4	2	3	2	3	22	3	3	3	3	2	3	4	4	25	
39	3	4	4	4	15	4	3	4	4	4	2	4	1	2	4	32	2	3	3	4	3	3	3	3	24	4	3	3	3	4	4	4	4	29	
40	3	2	2	3	10	3	3	4	4	4	2	4	1	2	4	31	3	4	2	3	3	3	4	2	24	3	3	3	4	4	2	2	3	24	
41	4	4	4	4	16	3	1	3	1	3	2	3	3	2	3	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	4	4	31	
42	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	4	3	1	3	4	4	4	26	
43	4	4	3	4	15	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	4	3	4	29	
44	4	4	4	3	15	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	35	3	3	4	3	3	3	3	4	26	3	3	3	3	4	4	4	3	26	
45	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	28	2	2	2	4	2	3	2	2	19	4	4	3	2	4	4	4	4	29	
46	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	

47	4	4	4	4	16	1	3	4	3	4	3	3	3	3	4	31	3	2	3	4	2	3	2	3	22	4	4	3	3	3	4	4	4	29
48	4	3	3	4	14	3	3	4	2	4	4	3	2	4	4	33	2	3	3	4	3	3	3	3	24	2	4	2	3	4	3	3	4	25
49	3	3	3	2	11	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	28	3	4	2	2	3	3	4	2	23	3	2	4	2	4	3	3	2	23
50	3	3	3	3	12	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	3	2	3	3	3	3	25
51	4	4	4	4	16	2	3	3	2	4	4	2	3	4	3	30	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	4	3	3	4	4	4	4	29
52	4	4	4	4	16	3	3	4	2	3	4	4	2	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	4	4	4	30
53	3	3	3	3	12	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28	3	3	4	3	3	3	3	4	26	4	3	4	4	3	3	3	3	27
54	3	3	3	3	12	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	30	3	4	3	3	3	3	4	3	26	3	4	3	3	3	3	3	3	25
55	3	3	4	3	13	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	3	3	4	3	26
56	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	32	4	3	3	3	4	3	3	3	26	3	4	3	3	3	3	3	3	25
57	3	3	3	3	12	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	30	4	4	4	3	3	3	4	4	29	3	4	4	3	3	3	3	3	26
58	3	3	2	2	10	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	27	3	2	2	2	2	3	2	2	18	3	3	3	3	3	3	2	2	22
59	4	3	4	4	15	3	3	4	3	2	4	2	4	2	4	31	3	3	4	4	4	3	3	4	28	3	4	4	3	4	3	4	4	29
60	4	4	4	3	15	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	27	4	3	3	3	2	3	3	3	24	3	3	3	3	4	4	4	3	27
61	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3	4	3	4	3	3	3	3	26
62	3	2	2	2	9	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	2	2	2	2	2	3	2	2	17	3	2	3	3	3	2	2	2	20
63	3	3	3	3	12	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	3	3	3	3	12	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33	3	2	3	3	2	3	2	3	21	3	2	2	3	3	3	3	3	22
65	2	3	2	3	10	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	27	2	3	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	2	3	2	3	22
66	2	3	3	3	11	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	28	3	4	2	3	3	3	4	2	24	3	3	3	3	2	3	3	3	23
67	2	4	4	4	14	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	3	3	4	4	4	3	3	4	28	4	3	4	4	2	4	4	4	29
68	3	3	3	3	12	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	25	4	3	3	3	2	3	3	3	24	3	3	2	2	3	3	3	3	22
69	2	4	4	4	14	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33	4	3	3	4	3	4	3	3	27	4	3	4	4	2	4	4	4	29
70	3	3	3	4	13	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	25	2	2	2	4	2	3	2	2	19	3	3	2	2	3	3	3	4	23

## Lampiran 4: Hasil Pengujian Instrumen

### UJI VALIDITAS

#### Pemasaran Produk (X<sub>1</sub>)

##### Correlation

s

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.532**	.646**	.403**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	.532**	1	.665**	.275*	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.000
	N	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	.646**	.665**	1	.375**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	.403**	.275*	.375**	1	.674**

	Sig. (2-tailed)	.001	.021	.001		.000
	N	70	70	70	70	70
X1	Pearson Correlation	.826**	.773**	.854**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70

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

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

## Pelayanan (X<sub>2</sub>)

### Correlation

s

		X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2
X2.5	Pearson Correlation	1	.170	.220	.139	.166	-.032	.231	-.010	-.038	.220	.323**
	Sig. (2-tailed)		.163	.070	.255	.173	.797	.056	.934	.756	.070	.007
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.6	Pearson Correlation	.170	1	.220	.345**	.206	.080	-.034	.138	.127	.220	.400**
	Sig. (2-tailed)	.163		.067	.003	.087	.509	.781	.254	.295	.067	.001
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.7	Pearson Correlation	.220	.220	1	.496**	.784**	.190	.065	.105	.090	1.000**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.070	.067		.000	.000	.115	.595	.385	.457	.000	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

X2.8	Pearson Correlation	.139	.345**	.496**	1	.402**	.059	.148	.048	.105	.496**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.255	.003	.000		.001	.628	.222	.691	.388	.000	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.9	Pearson Correlation	.166	.206	.784**	.402**	1	.089	.201	.041	.234	.784**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.173	.087	.000	.001		.464	.094	.733	.051	.000	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.10	Pearson Correlation	-.032	.080	.190	.059	.089	1	.241*	.581**	.779**	.190	.595**
	Sig. (2-tailed)	.797	.509	.115	.628	.464		.045	.000	.000	.115	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.11	Pearson Correlation	.231	-.034	.065	.148	.201	.241*	1	.066	.436**	.065	.447**
	Sig. (2-tailed)	.056	.781	.595	.222	.094	.045		.589	.000	.595	.000

	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.12	Pearson Correlation	-.010	.138	.105	.048	.041	.581**	.066	1	.504**	.105	.473**
	Sig. (2-tailed)	.934	.254	.385	.691	.733	.000	.589	.000	.000	.385	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.13	Pearson Correlation	-.038	.127	.090	.105	.234	.779**	.436**	.504**	1	.090	.624**
	Sig. (2-tailed)	.756	.295	.457	.388	.051	.000	.000	.000	.000	.457	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.14	Pearson Correlation	.220	.220	1.000**	.496**	.784**	.190	.065	.105	.090	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.070	.067	.000	.000	.000	.115	.595	.385	.457	.000	.000
	N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2	Pearson Correlation	.323**	.400**	.733**	.568**	.692**	.595**	.447**	.473**	.624**	.733**	1

Sig. (2-tailed)	.007	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	69	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

### Fasilitas Transaksi Keuangan (X<sub>3</sub>)

#### Correlations

		X3.15	X3.16	X3.17	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	X3.22	X3
X3.15	Pearson Correlation	1	.471**	.452**	-.005	.380**	.514**	.471**	.452**	.636**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.967	.001	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.16	Pearson Correlation	.471**	1	.475**	.109	.643**	.428**	1.000**	.475**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.369	.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

X3.17	Pearson Correlation	.452**	.475**	1	.256*	.631**	.332**	.475**	1.000**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.032	.000	.005	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.18	Pearson Correlation	-.005	.109	.256*	1	.169	.179	.109	.256*	.393**
	Sig. (2-tailed)	.967	.369	.032		.163	.139	.369	.032	.001
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.19	Pearson Correlation	.380**	.643**	.631**	.169	1	.436**	.643**	.631**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.163		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.20	Pearson Correlation	.514**	.428**	.332**	.179	.436**	1	.428**	.332**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.139	.000		.000	.005	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.21	Pearson Correlation	.471**	1.000**	.475**	.109	.643**	.428**	1	.475**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.369	.000	.000		.000	.000

	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.22	Pearson Correlation	.452**	.475**	1.000**	.256*	.631**	.332**	.475**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.032	.000	.005	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X3	Pearson Correlation	.636**	.811**	.820**	.393**	.798**	.595**	.811**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

### Kepuasan Nasabah (Y)

#### Correlations

	Y1.23	Y2.24	Y3.25	Y4.26	Y5.27	Y6.28	Y7.29	Y8.30	Y	
Y1.23	Pearson Correlation	1	.320**	.241**	.279**	.240**	.468**	.600**	.563**	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.002	.009	.000	.000	.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

Y2.24	Pearson Correlation	.320**	1	.431**	.448**	.483**	.526**	.562**	.389**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y3.25	Pearson Correlation	.241**	.431**	1	.533**	.563**	.316**	.368**	.294**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.001	.000	.001	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y4.26	Pearson Correlation	.279**	.448**	.533**	1	.612**	.254**	.401**	.356**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y5.27	Pearson Correlation	.240**	.483**	.563**	.612**	1	.283**	.403**	.394**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y6.28	Pearson Correlation	.468**	.526**	.316**	.254**	.283**	1	.653**	.338**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.006	.002		.000	.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

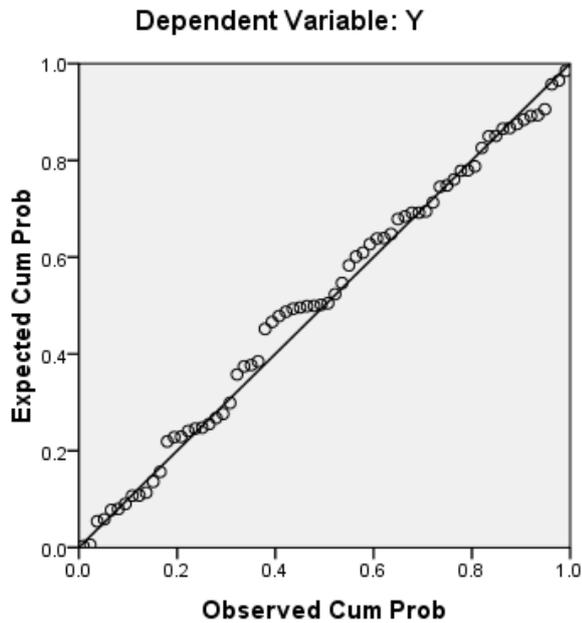
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y7.29	Pearson Correlation	.600**	.562**	.368**	.401**	.403**	.653**	1	.448**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y8.30	Pearson Correlation	.563**	.389**	.294**	.356**	.394**	.338**	.448**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Y	Pearson Correlation	.651**	.742**	.670**	.707**	.717**	.666**	.780**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117

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

**Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik**

**a. Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**b. Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Pemasaran Produk (X1)	.795	.780	.670	.904	1.107
Pelayanan (X2)	.365	.299	.169	.941	1.063
Fasilitas Transaksi Keuangan (X3)	.396	.371	.215	.947	1.056

Coefficients<sup>a</sup>

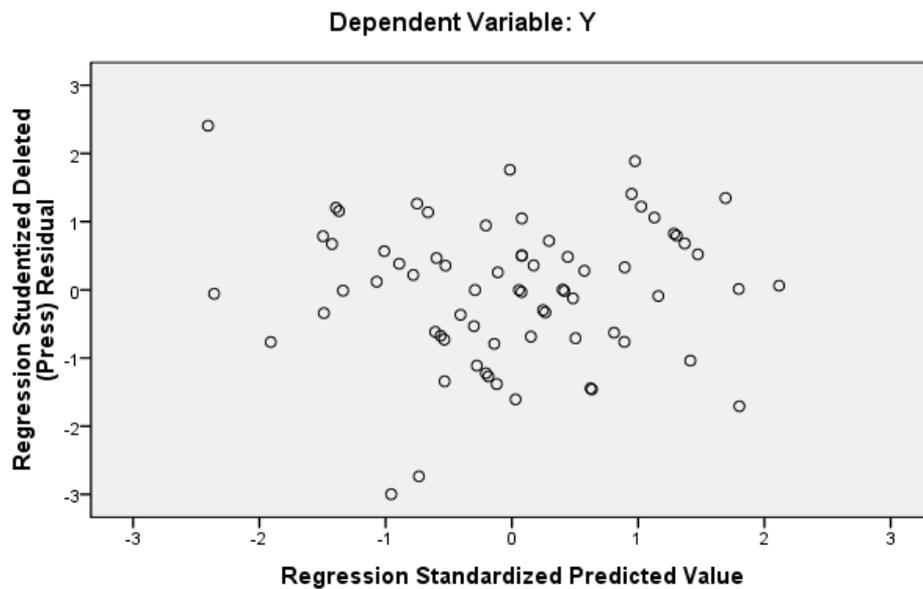
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1					
(Constant)					
Pemasaran Produk (X1)	.795	.780	.670	.904	1.107
Pelayanan (X2)	.365	.299	.169	.941	1.063
Fasilitas Transaksi Keuangan (X3)	.396	.371	.215	.947	1.056

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

sumber: Data diolah 2020

### c. Uji Heterokedastisitas

#### Scatterplot



**d. Uji Autokorelasi**

Change Statistics					Durbin-Watson
R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
.711	54.099	3	66	.000	1.821

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Transaksi Keuangan, Pemasaran Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Lampiran 6: Uji Analisis Regresi Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.129	2.117		1.006	.318
Pemasaran Produk (X1)	1.048	.104	.704	10.116	.000
Pelayanan (X2)	.134	.053	.174	2.550	.013
Fasilitas Transaksi Keuangan (X3)	.205	.063	.221	3.247	.002

a. Dependent Variable: Y

**Lampiran 7: Data Hasil Uji Hipotesa Penelitian**

**a. Uji T (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.129	2.117		1.006	.318
Pemasaran Produk (X1)	1.048	.104	.704	10.116	.000
Pelayanan (X2)	.134	.053	.174	2.550	.013
Fasilitas Transaksi Keuangan (X3)	.205	.063	.221	3.247	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**b. Uji F (simultan)**

**Hasil uji F (simultan)  
ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	563.938	3	187.979	54.099	.000 <sup>a</sup>
	Residual	229.333	66	3.475		
	Total	793.271	69			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Transaksi Keuangan, Pemasaran Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**c. Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.711	.698	1.864

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Transaksi Keuangan, Pemasaran Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Reliabilitas

### 1. Pemasaran Produk

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	5

### 2. Pelayanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	11

### 3. Fasilitas Transaksi Keuangan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	9

### 4. Kepuasan Nasabah

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	9

## Lampiran 8

### Tempat pengisian data merchant eksisting

No.	Nama Merchant/ Nasabah	Alamat Lengkap dan Kota
1	Kanasha Boutique/Darmawan	Jln. Ahmad Yani No 78, Kel.Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
2	Kanasha Resto/ Darmawan	Jln. Ahmad Yani No 68, Kel.Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
3	Maryam Baby House/ Anita Putri	Jl. Pipa No 147 Dsn. Bahagia, Kel. Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, NAD
4	Pak Wakaf Tanah Masjid Muwwahidin/ Kamaruddin dan Saifuddin	Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
5	Optik&Apotik Beta/ Khairiah	Jl. T. Chik Ditunong No. 74 A, Kel Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
6	Berkah Jaya Bahan Bangunan & Alat Listrik/ M. Syubhan	Jln. T. Chik Ditiro, No. 5 Dsn Analisa, Kel Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, NAD
7	Makmur Swalayan/Agusman	Jl. T. Umar No 1-2 Lk PJKA, Kel PB Blang Pase, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
8	Makmur Swalayan/ Agusman	Jl. A. Yani, Kota Langsa, NAD
9	Bintang Jaya Furniture/ Hendra Yusli	Jl. A. Yani No.135, Kel Paya Bujok Teungoh, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, NAD
10	Hotel Harmoni/ Ibnu Zakwan	Jl. A. Yani N0.222, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, NAD
11	Satika Salon&Spa/ Titin Sartika	Jln. Tgk. Yahya, Kel Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, NAD
12	The Royal Coffee/ Suhendra	Dusun Bahagia, Kel. Geudebang Jawa, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, NAD
13	Debby_ikea_langsa/ Debby Emelia	Lr Utama I Dusun Pendidikan, Kel. Paya Bujok Seuleumak, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa NAD

## Lampiran 9 : Dokumentasi Tempat Penelitian

### 1. Tempat Parkir



### 2. Wawan Cara Dengan Marketing Pendanaan Bersama Pak. Guswikal Fahmi



### 3. Pelayanan Teller Kepada Nasabah



4. Pelayanan Seorang Satpam Yang Membantu Nasabah Dalam Melakukan Transaksi



5. Suasana Ruangan BSM Cab. Kota Langsa



6. Membagikan Angket Kepada Responden/ Nasabah BSM



## 7. Responden Mengisi Kuesioner



## Lampiran 10: Wawancara

### 1. Wawancara dengan Buk Ade Fadillah FW Pospos



### 2. Wawancara dengan Pak Andi Tarlis



### 3. Wawancara dengan Buk Chahayu Astina



### 4. Wawancara Dengan Buk Nurjannah



5. Wawancara dengan Pak Fahrizal



6. Wawancara dengan Pak Muhammad Riza



7. Wawancara dengan Mahasiswi Bernama Fitri Yana



## Lampiran 11: Produk Dan Fitur Fasilitas

### MULAI DENGAN SYARIAH

## AGAR HIDUP JADI BERKAH

**Layanan syariah untuk kebutuhan finansial Anda**

**mandiri syariah**

#### tabungan wadiah

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat syariah yang ditetapkan.

**Manfaat:**

- Anan dan tejamin.
- Kemudahan bertransaksi di mana saja menggunakan layanan e-banking.
- Kemudahan dalam penyukuan Zakat, Infaq dan Sedekah.
- Gratis penarikan uang di mesin ATM Bank Mandiri

**Persyaratan:** KTP & NPWP

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah *had dhamanah*
- Setoran awal minimum: Rp 100.000
- Saldo minimum: Rp 50.000
- Minimum setoran berkahurye: Rp 10.000
- Biaya administrasi: Gratis
- Biaya penutupan rekening: Rp 20.000
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang atau rusak: Rp 10.000

#### tabungan mudharabah berkah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setoran dapat dilakukan setiap saat selama jam kas di buka di kantor Bank Syariah Mandiri atau melalui ATM

**Manfaat:**

- Bagi hasil kompositif
- Aman dan tejamin.
- Kemudahan bertransaksi di seluruh outlet Bank Syariah Mandiri.
- Kemudahan bertransaksi di mana saja menggunakan layanan e-banking
- Kemudahan dalam penyukuan Zakat, Infaq dan Sedekah.
- Gratis penarikan uang di mesin ATM Bank Mandiri

**Persyaratan:** KTP & NPWP

- Persyaratan: Data Susunan Rekening, KTP/Rekening, Ake, Pendidikan, SUP
- SITU & NPWP, TDR, laporan keuangan.

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah *mudharabah*
- Setoran awal minimum:
- Non percontengan: Rp 100.000 (mendapatkan Mandiri Syariah Debit)
- Non percontengan: Rp 1.000.000 (tidak mendapat Mandiri Syariah Debit).
- Saldo minimum: Rp 50.000
- Minimum setoran berkahurye: Rp 10.000
- Biaya administrasi: Rp 10.000
- Biaya penutupan rekening: Rp 20.000
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang atau rusak: Rp 10.000

#### tabungan tabir berkah

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah Islam.

**Manfaat:**

- Anan dan tejamin.
- Mendapatkan fasilitas remidor notifikasi saldo.
- Cover asuransi jiwa untuk nominal tabungan minimal Rp5.000.000

**Persyaratan:** WNI, KTP & NPWP

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah *mudharabah*
- Setoran awal minimum: Rp 100.000
- Saldo minimum: Rp 100.000
- Minimum setoran berkahurye: Rp 100.000
- Biaya administrasi: Tidak ada.
- Biaya penutupan rekening: Rp 20.000
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang atau rusak: Rp 10.000

#### tabungan berencana berkah

Tabungan berjangka untuk berbagai rencana hidup yang memberikan insentif bagi hasil perjang dan memiliki penitungsan asuransi secara gratis.

**Manfaat:**

- Bagi hasil yang kompositif
- Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
- Penitungsan asuransi secara gratis dan otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.
- Jaminan pertanggungan target dan.

**Persyaratan:**

- KTP, NPWP & Minimum usia 17 tahun.
- Usia maks: 60 tahun saat pembukaan rekening & 65 tahun saat jatuh tempo.
- Memiliki rekening tabungan giro sebagai rekening asal (source account).

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah *mudharabah*.
- Setoran Bulanan: Minimum Rp 100.000
- Biaya administrasi bulanan: gratis.
- Biaya penutupan rekening setelah jatuh tempo: Gratis
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang atau rusak: Rp 10.000
- Periode tabungan: 1 s.d. 10 tahun
- Tarief dana minimal: Rp 1200000 dan maksimal Rp2000000000

#### tabungan investa cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (fixed/ribs) dan dilengkapi dengan penitungsan asuransi.

**Manfaat:**

- Bagi hasil yang kompositif
- Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra-putri.
- Perlindungan asuransi jiwa cacat tetap total karena kecelakaan

**Persyaratan:**

- KTP, NPWP
- Minimum usia 17 tahun dan maksimum 55 tahun (usia masuk ditambah periode kontrak sama atau tidak melebihi 60 tahun).
- Memiliki rekening tabungan giro sebagai rekening asal (source account).

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah *mudharabah*.
- Setoran Bulanan: Minimum Rp 100.000, maksimum Rp 10000000
- Biaya administrasi bulanan: Gratis
- Biaya penutupan rekening setelah jatuh tempo: Gratis
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang atau rusak: Rp 10.000
- Periode tabungan: 1 s.d. 20 tahun

#### tabungan simpel ib

**Manfaat:**

- Memberi edikasi keuangan tentang produk tabungan dan layanan perbankan syariah.
- Mendorong budaya gemar menabung.
- Memilih pengalihan keuangan sejak dini.

**Persyaratan:**

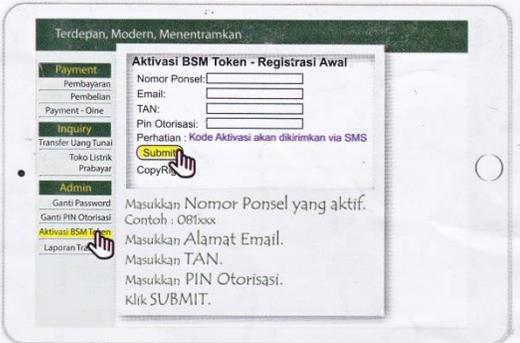
- WNI dengan status Siswa PAUD/TK/SMP/SMK/MA/Madrasah, IMA, MTs, MAN atau selevelnya, yang belum dewasa, yang belum dan belum memiliki KTP.
- Fotokopi: MSN, KK, KTP Orang Tua / Wali

**Fitur:**

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah *had dhamanah*.
- Online dan offline outlet Mandiri Syariah.
- Fasilitas Mandiri Syariah Debit yang berfungsi sebagai kartu ATM & Debit Mandiri Syariah.
- Masuk ke to poolongan biaya merchant yang lebih bersipama dengan Bertrans e-Sanling yaitu Mandiri Syariah Mobile, Mandiri Syariah Net
- Berjangka: Madrasah Transaksi
- Hiliran setoran awal: Rp 1.000
- Hiliran setoran berkahurye: Rp 1.000
- Saldo minimum: Rp 1.000
- Biaya tutup rekening: Rp 1.000
- Biaya administrasi: Rp 0



• **Aktivasi BSM Token (1)**  
Lihat pada menu Admin, pilih **Aktivasi BSM Token**



• **Login BSM Net Banking**  
www.syahmandiri.co.id



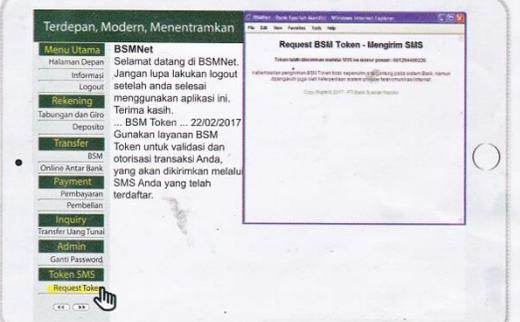
• **Aktivasi BSM Token (2)**  
Tunggu kode aktivasi akan dikirimkan via SMS



• **Login BSM Net Banking**  
Klik pada kolom **Login**



• **Request Token**  
Pada menu **Token SMS** untuk transaksi Transfer Finansial pilih dan klik **Request Token**



**• Informasi Saldo dan Mutasi Rekening**  
 Pada menu Rekening klik Tabungan dan Giro

Lebih Adil dan Menentrangkan

Menu Utama: Tabungan / Giro

Rekening: 1 6010 IDR 7050185227 XXXX ISKANDAR 1.292.435.0 1.24 135.0

Tabungan dan Giro

Periode: Dari 01 - 01 - 2019 sampai 01 - 01 - 2019

Submit

Isi Periode yang diinginkan dan klik SUBMIT. Klik versi cetak untuk mendapatkan cetakan mutasi transaksi.

Pada menu Detail pilih dan klik Mutasi Rekening.

**• Transfer Online ke Rekening Bank Lain (1)**  
 Pada menu Transfer klik Online Antar Bank

Transfer Online Antar Bank

Asal Transfer: No. Rekening: 7050185227 - ISKANDAR, Jumlah IDR: 11.000.000,00, Terbilang: Sebelas Juta

Tujuan Transfer: Bank: Mandiri, No. Rekening: 144000170685, Nama: ISKANDAR, Lainnya: uang makan, Email Penerima: iskandar@gmail.com, Berita: 9783351, Trans: \*\*\*\*\*

Verifikasi Aplikasi Transfer

Isi dengan lengkap field aplikasi transfer. Isi Email Penerima (jika ada) untuk mengirimkan notifikasi transaksi ke penerima. Pilih dan klik Verifikasi Aplikasi Transfer untuk melanjutkan transaksi.

**• Transfer ke Rekening BSM (1)**  
 Pada menu Transfer pilih dan klik

Transfer Antar Rekening BSM

Rekening Asal: 7050185227 IDR - ISKANDAR

Rekening Tujuan: 7013929147 IDR - NURUL

Jumlah IDR: IDR 50.000,00

Berita: Lima Puluh Ribu

Email Penerima: nurul@bsm.co.id

Token: 471265

Pin Otorisasi: \*\*\*\*\*

Verifikasi Aplikasi Transfer

Isi dengan lengkap field aplikasi transfer. Isi Email Penerima (jika ada) untuk mengirimkan notifikasi transaksi ke penerima. Pilih dan klik Verifikasi Aplikasi Transfer untuk melanjutkan transaksi.

**• Transfer Online ke Rekening Bank Lain (2)**  
 Verifikasi TOKEN dan PIN Otorisasi

Transfer Online Antar Bank - Verifikasi

Asal Transfer: No. Rekening: 7050185227 - ISKANDAR, Jumlah IDR: 11.000.000,00, Terbilang: Sebelas Juta

Tujuan Transfer: Bank: Mandiri, No. Rekening: 144000170685, Nama: ISKANDAR, Lainnya: uang makan, Email Penerima: iskandar@gmail.com, Berita: 9783351, Trans: \*\*\*\*\*

Submit Transfer

Isi TOKEN dengan nomor token yang telah dikirimkan melalui SMS dan masukkan PIN Otorisasi. Klik Submit Transfer untuk melanjutkan transaksi.

Transfer Antar Bank - Berhasil. Klik Cetak untuk mencetak transaksi.

**• Transfer ke Rekening BSM (2)**  
 Verifikasi TOKEN dan PIN Otorisasi

Transfer Antar Rekening BSM - Verifikasi

Rekening Asal: 7050185227 IDR - ISKANDAR

Rekening Tujuan: 7013929147 IDR - NURUL

Jumlah IDR: IDR 50.000,00

Berita: Lima Puluh Ribu

Email Penerima: nurul@bsm.co.id

Token: 471265

Pin Otorisasi: \*\*\*\*\*

Submit Transfer

Isi TOKEN dengan nomor token yang telah dikirimkan melalui SMS dan masukkan PIN Otorisasi. Klik Submit Transfer untuk melanjutkan transaksi.

Transfer Antar Rekening BSM - Berhasil. Klik Cetak untuk mencetak transaksi.

**• Biaya Transaksi**

Transaksi	Biaya Transaksi di ATM			Mandiri Syariah Mobile	bsmnet banking
	Sim ATM	ATM Mandiri	ATM Bersama/Prima/MPK		
Pembayaran Tagihan PLN	3.000	2.000		3.000	3.000
Pembayaran Tagihan Telkom Pay: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telepon (fixed phone selindo)</li> <li>• Internet (Indhome, Speedy, Telkomvision, Transvision)</li> <li>• e-commerce (www.bhinneka.com; www.blanja.com; www.qoo10.co.id)</li> <li>• Asuransi (Asuransi Tagihan Mandiri, Cigna)</li> </ul>	2.500	2.000		2.500	2.500
Pembayaran Tagihanin doudPostpaid (Matras)	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Pembayaran Tagihan Kartu Halo	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Pembayaran Tagihanin gasrabayar	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Pembayaran TagihanM2	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Pembayaran TagihanStarone	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Pembayaran Okean/Julia	Gratis	2.000		1.500	1.500
IsiUang (Informasi/Smart/AS)	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
IsiUang (Indosat/IM3/Mentari)	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
IsiUang (Telkomsel)	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
Isi Ulang 3G Bebas/AXIS	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
IsiUangStarone(prepaid)	Gratis	2.000		Gratis	Gratis
IsiUang Telkom Flexi (prepaid)	3.000	2.000		3.000	3.000
IsiUang Usm/Prabayar					

mandiri syariah mobile



**mandiri syariah imit**

**transaksi mobile anda, untuk keberkahan semua**

Gunakan aplikasi mandiri syariah mobile untuk kemudahan Anda bertransaksi, dimanapun dan kapanpun.

mandiri syariah call 14040

	Regular		Priority	
	/trx	/day	/trx	/day
Overbook	50jt	100jt	100jt	100jt
Transfer Online	25jt	50jt	50jt	100jt
SKN	50jt	100jt	100jt	100jt
Payment	25jt	50jt	50jt	100jt
Purchase	5jt	10jt	10jt	20jt

limit per CIF

digital banking group

mandiri syariah mobile

## aktivasi

- 1. Proses Pendaftaran/Registrasi**
  - a. Nasabah datang ke cabang terdekat.
  - b. Mengajukan permintaan fasilitas **Mandiri Syariah Mobile** dan mengisi data pada aplikasi **Mandiri Syariah Mobile**.
  - c. Menerima SMS yang berisi kode aktivasi.
- 2. Proses Download**  
Aplikasi **Mandiri Syariah Mobile** di download melalui : Untuk ponsel dengan Android Google Play Store
- 3. Proses Aktivasi**  
Nasabah input nomor ponsel yang telah di daftarkan dan kode aktivasi yang didapat dari SMS setelah registrasi.




digital banking group

mandiri syariah mobile

## langkah transaksi

### INFORMASI SALDO

- 1 Menu informasi rekening
- 2 Pilih informasi saldo
- 3 Pilih nomer rekening

### PEMBAYARAN / PEMBELIAN

- 1 Menu informasi rekening
- 2 Pilih yang anda butuhkan
- 3 Pilih nomer rekening
- 4 Pilih yang anda butuhkan

- 4 Masukkan PIN ATM
- 5 Saldo rekening disampaikan
- 5 Masukkan PIN ATM
- 6 Konfirmasi
- 7 Transaksi berhasil




digital banking group

mandiri syariah mobile

## fitur



**Info islami**  
jadwal sholat, infaq/zakat, hikmah

**Info rekening**  
mutasi rekening, informasi saldo, tabungan, deposito dan pembiayaan

**Pembayaran dan Pembelian**  
token listrik, pulsa HP, akademik, tiket pesawa asuransi, zakat/infaq

**E-Money QR Code INBOX Buka Rekening**

### TRANSFER ANTAR BANK ONLINE

- 1 Menu transfer & Pilih non BSM
- 2 Pilih nomer rekening & bank tujuan
- 3 Masukkan nomer rekening tujuan dan masukkan nominal
- 4 Masukkan berita & nomer referensi (optional)
- 5 Masukkan PIN ATM & konfirmasi
- 6 Transaksi berhasil

### QR CODE

- 1 Pilih fitur QR pay
- 2 Pilih nomer rekening
- 3 Pindai QR code di merchant BSM
- 4 Masukkan nominal transaksi
- 5 Masukkan PIN mandiri syariah mobile
- 6 Transaksi berhasil

digital banking group

mandiri syariah mobile

## info e-banking

manfaatkan layanan telkom pay di mandiri syariah atm, internet banking dan mobile banking untuk pembayaran



nikmati kemudahan bertransaksi dengan **mandiri syariah mobile**

**mandiri syariah call 14040**

f Bank Syariah Mandiri @syariahmandiri

www.syariahmandiri.co.id


















digital banking group

**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**  
**NOMOR 269 TAHUN 2019**  
**T E N T A N G**  
**PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;  
c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;  
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawayah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;  
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;  
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2019, Tanggal 05 Desember 2018.
- Memperhatikan** : Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 16 Agustus 2019.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan** : **Dr. Early Ridho Kismawadi, MA** sebagai Pembimbing I dan **Chahayu Astina, SE, M.Si** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Nanang Rahmatika**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012017027, dengan Judul Skripsi : **"Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa"**.
- Ketentuan** : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;  
b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;  
c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;  
d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;  
e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;  
f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa  
Pada Tanggal : 30 September 2019 M  
30 Muharram 1441 H



**Tembusan :**

1. Jurusan/Prodi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Kampus Zawiyah Cot Kala Langsa, Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh Telp. 0641-22619/23129  
Fax. 0641-425139 Email: febi@iainlangsa.ac.id Telp. 0641-22619/23129 Fax. 0641-425139 :  
febi@iainlangsa.ac.id

Nomor : 1247 /In.24/FEBI/PP.00.9/10/2019  
Lamp : -  
Perihal : **Permohonan Izin Meneliti**

Langsa, 22 Oktober 2019

Kepada Yth,  
Kepala Cabang Bank Syariah Mandiri  
Kota Langsa  
di -  
Tempat , -

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.,*

Sehubungan dengan penyusunan Proposal Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan ini kami mohon kesediaan dari Instansi yang Bapak/Ibu pimpin untuk memberikan izin meneliti terhadap mahasiswa :

Nama : Nanang Rahmatika  
NIM : 4012017027  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)  
Semester : XI (Sebelas)  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Dekan,

**Dr. Iskandar, MCL**  
NIP. 19650616 199503 1 002

## **SURAT KETERANGAN**

No. 22/040-3/110

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan (Jl. Ahmad Yani No. 81C – 81E Kota Langsa), dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nanang Rahmatika  
NIM : 4012017027  
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Langsa

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Cabang Langsa dengan judul skripsi “Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Langsa, 31 Januari 2020

PT BANK SYARIAH MANDIRI

BRANCH OFFICE LANGSA



**mandiri**  
syariah

Cabang Langsa



Basrah Siregar  
Branch Manager



Moris Nazar Putra  
Branch Operation & Service Manager

## RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Nanang Rahmatika
2. NIM : 4012017027
3. Tempat/Tgl Lahir : Sungai Liput, 11 November 1996
4. Nama Orang Tua :
  - Ayah : Sucipto
  - Ibu : Masrida. S.Pd
5. Alamat : Desa Sungai Liput, Dusun Alur Meranti  
Kecamatan Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang
6. Riwayat Pendidikan :
  - SD : SD Negeri Kampung Jawa berijazah tahun 2007
  - SMP : SMP Negeri 2 Kejuaruan Muda berijazah tahun 2010
  - SMA : SMA Negeri 4 Kejuaruan Muda berijazah tahun 2013
  - Tamatan Institut Agama Islam Negeri Langsa berijazah tahun 2020
7. Kampus : IAIN LANGSA
8. Pekerjaan : Mahasiswa
9. No. Hp. : 0823 2952 5881
10. Karya Tulis : Skripsi  
“Pengaruh Pemasaran Produk, Pelayanan dan Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri. Cabang Kota Langsa”
11. Motto : “ *Mulai Dari “**SAYA**”, saya bisa, saya yakin, saya mampu* ”
12. Riwayat Organisasi :
  - Relawan MRI Aceh Tamiang Tahun 2019.
  - Anggota SENAT MAHASISWA Komisi B “Controlling”