

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH EASY WADHI'AH PADA
BANK SYARIAH INDONESIA DI KCP KUTACANE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

ULAN SUNDARI BANGKO
4012019090



**PRORAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2023 M / 1444 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH EASY WADHI'AH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA DI KANTOR CABANG PEMBANTU KUTACANE**

Oleh :

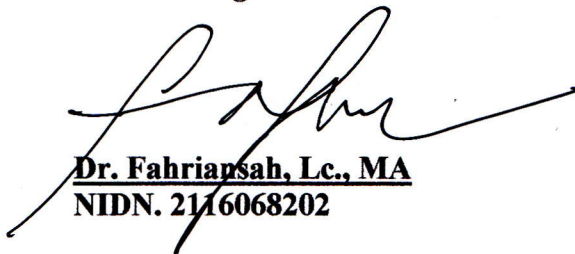
Ulan Sundari Bangko

Nim: 4012019090

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

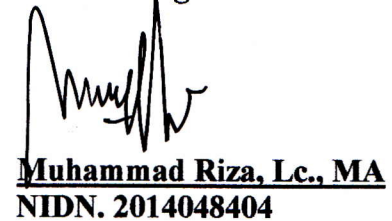
Langsa, 01 Agustus 2023

Pembimbing I



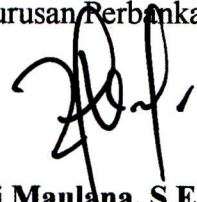
Dr. Fahriansah, Lc., MA
NIDN. 2116068202

Pembimbing II



Muhammad Riza, Lc., MA
NIDN. 2014048404

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zefri Maulana, S.E., M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

LEMBAR PENGESAHAN

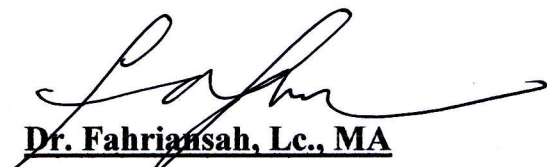
Skripsi berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi’ah Pada Bank Syariah Indonesia di Kantor Cabang Pembantu Lauser Kutacane” oleh Ulan Sundari Bangko, NIM 4012019090. Program Studi Perbankan Syariah telah Dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 08 Januari 2024. Skripsi ini telah diterima memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 29 Januari 2024

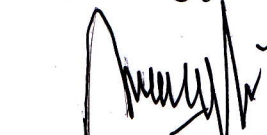
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I,


Dr. Fahriansah, Lc., MA
NIDN. 2016088202

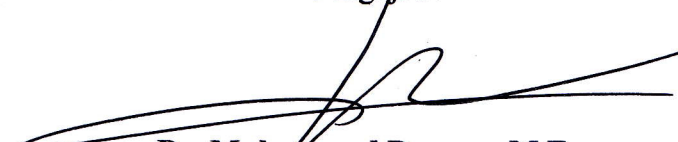
Penguji II


Muhammad Riza, Lc, MA
NIDN. 2014048404

Penguji III


Dr. Zubir, MA
NIP. 19730924 200901 1 002

Penguji IV


Dr. Muhammad Dayyan, M.Ec
NIDN. 2008087704

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

ABSTRAK

Persaingan produk atau jasa dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya. Tujuan dalam penelitian ini ialah: 1) untuk mengenaui pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah easy wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane, 2) untuk mengenaui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah easy wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane, 3) untuk mengenaui pengaruh pelayanan dalam memenuhi kepuasan nasabah easy wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane?, 4) untuk mengenaui pengaruh promosi, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 11,489 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar $=2,001$ dengan nilai signifikan $0,052 > 0,05$. Variabel pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 11,289 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Jadi, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane. Berdasarkan hasil perhitungan 77,4% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh promosi, kualitas produk dan pelayanan, berarti 22,6% kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Produk, Pelayanan, Easy wadhi'ah dan Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I : PENDAHULUAN	

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.6 Penjelasan Istilah.....	8
1.7 Sistematika Pustaka	9

BAB II: LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah Indonesia	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	10
2.1.2 Jenis-jenis Bank Syariah.....	11
2.1.3 Profil Bank Syariah Indonesia	13
2.2 Easy Wadhi'ah	14
2.2.1 Fatwa MUI Tentang Wadhi'ah	14
2.2.2 Pembagian Easy Wadhi'ah	16
2.2.3 Rukun dan Syarat Wadhi'ah	17
2.3 Kepuasan Nasabah	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	18
2.3.2 Indikator Kepuasan Nasabah	19
2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	19
2.4 Promosi	21
2.4.1 Pengertian Promosi	21
2.4.2 Jenis-jenis Promosi	22
2.4.3 Indikator Promosi	23
2.5 Kualitas Produk	24
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	24
2.5.2 Tujuan Kualitas Produk	25
2.5.3 Indikator Kualitas Produk.....	26
2.6 Pelayanan	27
2.6.1 Pengertian Pelayanan	27
2.6.2 faktor-faktor Pelayanan	28
2.6.3 Indikator Pelayanan	31

2.7 Penelitian Terdahulu	33
2.8 Kerangka Teori	38
2.9 Hipotesa Penelitian	39

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	40
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.3 Data penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional.....	44
3.7 Teknik Analisa Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	54
4.2 Uji Persyaratan Analisis	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Reabilitas	58
4.3 Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1 Uji Normalitas	58
4.3.2 Uji multikolinieritas	59
4.4 Uji Hipotesis	62

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran-saran	70

DAFTAR PUSTAKA..... 71

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang layak dilantunkan kecuali memuji dan memuja zat yang menggenggam alam semesta ini beserta isinya, yakni Allah SWT. Dengan petunjukNya saya bisa berinovasi tiada henti dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga sampai pada sang revolusioner sejati, Nabi Muhammad SAW.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tiada taranya kepada Ayahanda dan Ibunda yang sangat penulis sayangi dan penulis cintai yang telah mendidik, merawat dan membesarkan penulis dengan sangat baik. Tidak lupa pula ucapan terima kasih yang tiada hingganya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Ketua Jurusan Perbankan Syariah yaitu Bapak Zefri Maulana, S.E.,M.Si
3. Bapak Dr. Fahriansah, Lc., MA selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Riza, Lc MA, selaku pembimbing II.
4. Para dosen dan seluruh karyawan serta staf Pegawai IAIN Langsa atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
5. Terima kasih atas do'a dan motivasi yang tiada hentinya mengiringi setiap langkah kaki penulis dimanapun penulis berada, kepada orang tua dan sanak saudara dan bagi teman-teman yang selalu mendukung.

Atas segala bantuan, kebaikan dan sumbangsih semua pihak, penulis mendo'akan semoga Allah SWT menjadikan amal ibadah dan pahala yang berlipat ganda. Akhirnya penulis menyerahkan kepada Allah SWT, dengan harapan semoga skripsi ini akan bermanfaat hendaknya kepada penulis khususnya dan kepada para pembaca umumnya.

Amin yarabbal 'alamin

Langsa, 09 Agustus 2021

Penulis

Ulan Sundari Bangko

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, persaingan produk atau jasa dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya. Setiap perusahaan perlu memberikan informasi tentang keberadaan produk mereka, sehingga konsumen dapat mengenal dengan baik produk atau jasa yang ditawarkan dan merasakan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang dibutuhkannya. Untuk itu perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat dan salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui bauran promosi (iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat dan penjualan personal). Melihat adanya peluang, perusahaan tentunya ingin mendapatkan hasil yang maksimal dengan strategi promosi tersebut. Diharapkan strategi promosi yang dilakukan oleh tenaga pemasar suatu perusahaan dapat memperkenalkan suatu produk atau jasa dan mengingatkan kembali tentang produk atau jasa yang sudah ada kepada konsumen.¹

Strategi promosi ini dinilai sangat penting bagi perusahaan, karena ini merupakan cara perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, tanpa promosi maka strategi ini akan sulit untuk sampai kepada pelanggan, yang pada intinya

¹ Assauri, S. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. (Yogyakarta: BPFE, 2013). h.28

untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Disamping itu, perusahaan banyak menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan pelanggannya salah satunya adalah memastikan kualitas pelayanan.²

Begitu juga dengan BSI KCP Kutacane Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Ibu Rike Adriani yang mempunyai jabatan sebagai Branch Office Service Manajer beliau mengatakan bahwa promosi produk yang mereka lakukan biasanya dengan memasang Spanduk, Reklame dan Banner, menurut beliau promosi produk di BSI KCP Kutacane ini berpengaruh sekitar 80% karena apabila tidak kita promosikan maka nasabah tidak akan mengetahui produk-produk atau produk baru yang ada di BSI KCP Kutacane. Dan dapat disimpulkan bahwasannya promosi produk ini sangat berperan penting terhadap kepuasan nasabah.³ Tetapi menurut salah satu nasabah Bank BSI KCP Kutacane yang bernama ibu fatmawati beliau mengatakan bahwa BSI KCP Kutacane selalu melakukan promosi produk melalui spanduk- spanduk tetapi tidak menjelaskan produk yang ingin ditawarkan apalagi dikalangan masyarakat-masyarakat awam yang tidak mengetahui sistem perbankan, harapannya BSI KCP Kutacane menjelaskan kepada masyarakat tentang produk-produk yang ada di BSI KCP Kutacane.⁴

Selain promosi produk, kualitas produk juga harus diperhatikan untuk kepentingan kepuasan nasabah, menurut Ibu Rike Andriani kualitas produk di BSI

² Daryanto. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Edisi Pertama. (Malang: Gaya Media, 2014). h.56

³ Rike Anriani, Branch Office Service Manajer. Wawancara awal pada Desember 2022

⁴ Fatmawati, Nasabah BSI KCP Kutacane. Wawancara awal pada Desember 2022

KCP Kutacane ini bermacam ragam setiap produk beda kualitasnya setiap produk juga memiliki kelemahan dan kelebihanannya masing-masing seperti produk yang paling diminati nasabah yaitu tabungan Easy Wadiah yaitu tabungan yang tidak memiliki potongan setiap bulannya sehingga menjadi prosuk paling diminati masyarakat, tetapi kekurangan produk ini yaitu tidak adanya bagi hasil.⁵

Selain itu untuk memastikan produk atau jasa yang ditawarkan pada pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Adanya kualitas pelayanan di dalam suatu perusahaan, akan terwujudnya kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, maka pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli dan menggunakan di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan pentingnya kepuasan pelanggan melalui kualitas produk.⁶

Begitu juga dengan BSI KCP Kutacane mereka juga mementingkan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada nasabah menurut hasil wawancara dengan bapak Ahmad Dahlan beliau mengatakan bahwa pelayanan di BSI KCP Kutacane sangat ramah dan baik, menyediakan juga berbagai fasilitas yang membuat mereka nyaman saat bertransaksi. Beliau juga mengatakan sistem pinjaman uang di BSI bunga nya sangat kecil yaitu 0,6% pinjaman yang dipilih oleh bapak Ahmad Dahlan yaitu KUR Ekonomi. Beliau juga mengatakan bahwa manabung di BSI KCP Kutacane yaitu bebas biaya administrasi setiap bulannya, gratis biaya administrasi

⁵ Rike Anriani, Branch Office Service Manajer. Wawancara awal pada Desember 2022

⁶ Irawan, H. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. (Jakarta: Erlangga, 2014). h.88

seluruh EDC bank serta gratis tarik tunai di seluruh Bank BSI.⁷ Kekurangan pelayanan di BSI KCP Kutacane hanyalah keterbatasan Modal mereka hanya memiliki modal sekitar ratusan juta saja karena BSI KCP Kutacane merupakan salah satu unit BSI yang terbilang masih kecil.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Pada Bank Syariah Indonesia di KCP Kutacane"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang didapat dari latar belakang masalah di atas, yaitu:

1. Promosi memiliki peran besar sekitar 80% terhadap kepuasan nasabah tetapi pihak bank tidak menjelaskan mekanisme produk secara langsung sehingga nasabah serta masyarakat awam yang kurang mengerti akan mekanisme bank pastinya tidak memahami tentang produk tersebut.
2. Kualitas produk pada BSI KCP Kutacane beragam masing- masing produk memiliki kelebihan serta kekurangannya masing-masing sesuai dengan kapasitas produknya. Seperti tabungan dan deposito mereka memiliki kualitas serta kekurangan dan kelebihan masing-masing.
3. Pelayanan di BSI KCP Kutacane sangat baik dan ramah sama dengan bank lainnya yang membedakan hanya saja modal di BSI KCP Kutacane tidak

⁷ Ahmad Dahlan, Nasabah BSI KCP Kutacane. Wawancara awal pada Desember 2022

sebesar bank umum lainnya.

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini khusus membahas mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane. Kemudian yang menjadi objek pada penelitian ini Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane yang terletak di Jl. Kutacane Blangkejeren Kute Pulo Kemiri Kecamatan Babussalam Kabupaten Aceh Tenggara.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane?
3. Bagaimana Pengaruh Pelayanan Dalam Memenuhi Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane?
4. Bagaimana Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Pelayanan Dalam Memenuhi Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.
4. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Manajemen Perbankan/ Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur bagi Lembaga Keuangan Syariah dalam mengkaji Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane

b. Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak akademis terutama bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dan menambah wawasan serta dapat menjadi referensi penelitian mengenai pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane

c. Praktisi

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para praktisi mengenai informasi tentang pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.

d. Penulis

Menambah ilmu, wawasan, serta pandangan khususnya bagi penulis sendiri untuk memahami secara mendalam tentang pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.

1.6. Penjelasan Istilah

Penjelasan Istilah adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya.⁸ Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengertian masing-masing

⁸ Rulam Ahmadi, *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2015), h. 23.

menurut konteks penelitian ini, maka penjelasan istilah dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Promosi adalah kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.⁹
2. Kualitas Produk adalah suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.¹⁰
3. Pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut kemulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.¹¹
4. Kepuasan nasabah atau konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.¹²

1.7 Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini penulis akan menguraikan sistematika pembahasan sebagaimana permasalahan dalam penelitian ini yang berisi dari pendahuluan hingga penutup. Sebagai berikut:

⁹ Sistaningrum. *Manajemen Promosi Pemasaran*. (Jakarta: Index, 2012). h.20

¹⁰ Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2009). h.20

¹¹ Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Juwardi. Edisi 11. Jilid 1. (Jakarta: PT. Prehalindo, 2015). h.82

¹² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*....h.36

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan menguraikan tentang latar belakang masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka membahas tentang landasan teori yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini yaitu teori tentang Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang berisi tentang metode penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, data penelitian, analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Menguraikan deskripsi objek penelitian yang relavan dengan masalah yang di teliti, juga menguraikan tentang Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane.

BAB V: PENUTUP

Membahas tentang kesimpulan dan saran dari analisa data penelitian. Bab ini adalah bab penutup, yang berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian dari temuan yang di dapat dalam penelitian dan diharapkan dapat memberikan manfaat.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan cara *Sampling Jenuh/Sensus*. Sampel yang diambil sebanyak 70 responden yang merupakan nasabah Easy Wadhi'ah pada Bank Syariah Indonesia di KCP Kutacane. Dalam proses penyebaran angket, sebagian angket yang diberikan kepada responden tidak diisi secara langsung oleh responden, melainkan peneliti membacakan pertanyaan dan penulis sendiri yang mengisi angket sesuai jawaban responden. Adapun pernyataan yang peneliti bacakan sesuai dengan yang ada dalam angket.

Penulis juga menguraikan mengenai BSI KCP Kutacane yang mana unit BSI Kutacane memiliki pegawai bank yang memadai. Seperti pada umumnya BSI KCP Kutacane yang berasaskan pada syariat Islam dalam menjalankan bisnisnya. Berikut adalah produk-produk yang ada pada BSI KCP kutacane, yaitu: 1) Tabungan bisnis, 2) Tabungan easy mudharabah, 3) Tabungan easy wadhi'ah, 4) Tabungan junior, 5) Tabungan mahasiswa dan 6) Tabungan haji.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data dan presentase mengenai usia responden, yaitu nasabah BSI KCP Kutacane. Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini mempunyai usia antara 20 tahun sampai dengan 40 tahun ke atas. Berdasarkan data yang ada karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase(%)
20-27 th	25	35,72
28-35 th	18	25,72
36-40 th	15	21,42
>40	12	17,14
Total	70	100

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak menjadi nasabah BSI tersebut adalah yang berusia 28-35 tahun, yaitu sebanyak 18 orang atau 29%. Usia 20-27 tahun sebanyak 25 orang atau 27% berada pada urutan kedua. Kemudian usia 36-40 tahun sebanyak 15 orang atau 24% dan yang berada di urutan terakhir adalah usia >40 tahun sebanyak 12 orang atau 20%.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Adapun data dan persentase mengenai tingkat pendidikan responden, yaitu nasabah khusus Easy Wadhi'ah. Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam gambaran umum responden adalah tingkat pendidikan terakhir yang dijalani oleh responden. Informasi tingkat pendidikan ini cukup penting karena semakin tinggi tingkat pendidikan responden diperkirakan semakin tinggi tingkat

pengetahuannya tentang bank syariah. Berdasarkan data yang ada karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SMP	14	20
SMA	37	52,85
SARJANA	19	27,15
Total	70	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2023.

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan sebagian besar nasabah Easy Wadhi'ah yang diambil sebagai responden, sebagian besar memiliki tingkat pendidikan SMA sebanyak 37 orang atau 49%, SMP sebanyak 14 orang atau 31% dan sarjana sebanyak 19 orang atau 20%.

4.2 Uji Persyaratan Analisis

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer, yaitu SPSS for Windows 17.0 dan jika suatu saat alat ukur mempunyai

korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid.⁶⁵

Uji validitas digunakan untuk menguji indikator dari variabel penelitian ini dengan menggunakan rumus *product moment* dengan taraf signifikan yang digunakan adalah 5%. r hitung harus lebih besar dari r tabel. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.3

Uji Validitas

No. Butir	R hitung	Nilai Kritis (t tabel)	Keterangan
Promosi (X1)			Valid
X1	0.764	0,2352	Valid
Kualitas Produk (X2)			
X2.1	0,644	0,2352	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)			
X3.1	0.676	0,2352	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)			
Y1	0.311	0,2352	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas diketahui korelasi antara masing-masing indikator dari setiap variabel dependen menunjukkan hasil signifikan. Hal tersebut dapat dilihat melalui hasil r hitung $>$ r tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan adalah valid. Artinya hal tersebut bahwa semua pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner dapat menggambarkan variabel promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

⁶⁵ Imam Ghazali, *Analisis Multivariate Lanutan Dengan Progam SPSS*, (Semarang: BP. UNDIP, 2006), h. 46.

4.2.2 Uji Reabilitas

Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (a)*.⁶⁶

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Promosi (X1)	0,650	0,2352	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,652	0,2352	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,629	0,2352	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,857	0,2352	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 20.

Dari hasil uji reabilitas dapat diketahui seluruh koefisien *alpha* lebih besar dari nilai kritisnya, yaitu 0,2352 maka dapat disimpulkan bahwasanya jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan mengenai promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan dan pemasaran terhadap keputusan masyarakat memilih produk simpan pinjam. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memilih BSI KCP Kutacane.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

⁶⁶ *Ibid.*, h. 48.

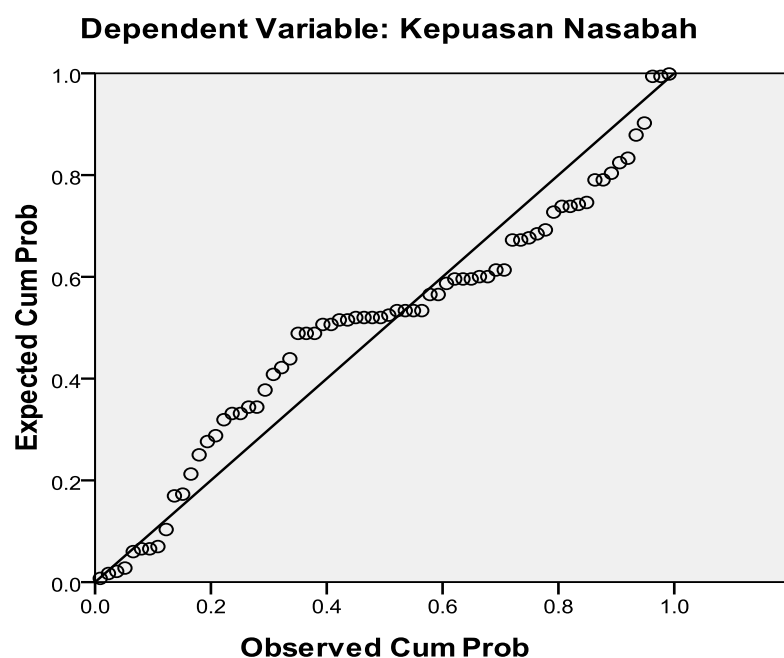
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.⁶⁷

Uji normalitas dengan grafik p-plot akan membentuk satu garis lurus diagonal kemudian plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.⁶⁸ Adapun grafik normal uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1

Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



⁶⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 100.

⁶⁸ *Ibid.*

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, grafik normal probability plot terlihat persebaran data mengikuti garis diagonal yang ada. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya, serta *variance inflation faktor* (VIF). Suatu model regresi dapat dikatakan bebas multikolinieritas jika nilai TOL $\geq 0,1$ atau jika memiliki nilai VIF $\leq 0,1$ atau jika memiliki nilai VIF ≤ 10 .

Tabel 4.5

Hasil uji multikolinieritas

Coefficiens

Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	0,313	3,199
X2	0,435	2,297
X3	0,211	4,731

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17.

Data dari tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap variabel independen memiliki nilai TOL $\geq 0,1$ dan masing-masing variabel juga memiliki nilai VIF ≤ 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah multikolinieritas.

4.3.3 Uji Linieritas

Tabel 4.6
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

	Sum of Squares	of	Mean Squire	F	Sig
Y* X3 Between Groups	118,986	9	13,221	4,961	0,000
(Combined) Linearity	24,512	1	24,512	9,199	0,004
Deviation from Linearity	94,474	8	11,809	4,432	0,000
Within Groups	159,885	60	2,665		
Total	278.871	69			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17.

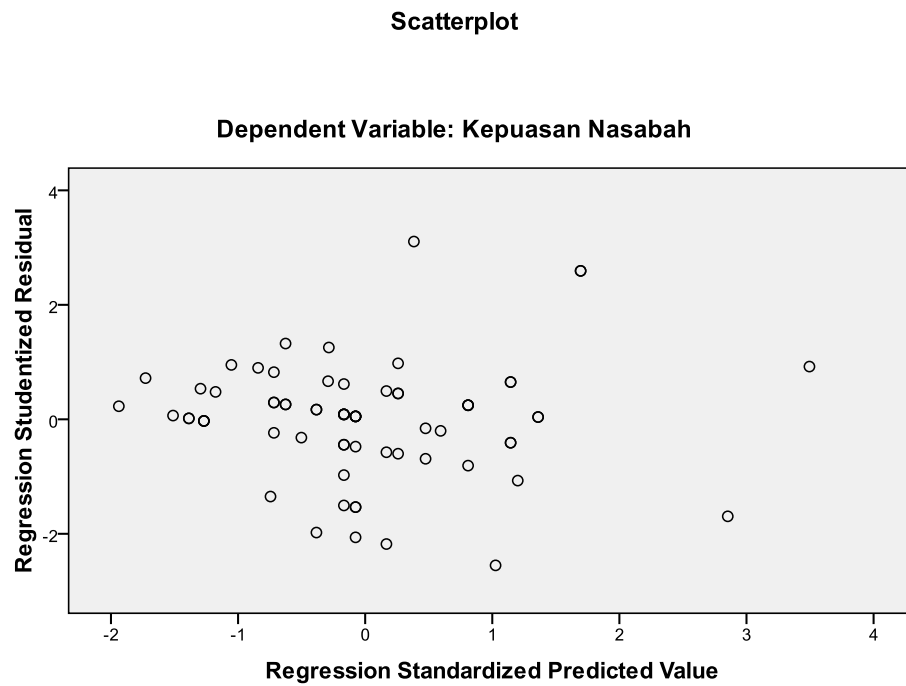
Hasil uji linieritas menunjukkan koefisiensi signifikansi (0,015) artinya lebih kecil dari apa yang ditentukan, yaitu 0,05. Ini berarti bahwa garis regresi berbentuk linier.

4.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian untuk melihat ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat scatterplot antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID).⁶⁹ Hasil pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah:

Gambar 4.2
Hasil uji heterokedastisitas

⁶⁹ *Ibid.*, h. 105.



Berdasarkan scatterplot di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi
Model summary^b

Mode		R	Adjusted R	Std. error of	Durbin-
I	R	Square	Square	the	Watson
				Estimate	
1	0,354 ^a	0,126	0,086	1.922	2.576

Sumber: Data diolah SPSS 17

Hasil perhitungan uji Durbin-Watson yang diperoleh adalah 2,576, dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan +2. Maka dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini tidak terdapat masalah autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885a	.784	.774	1.512

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,744. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 77,4% kepuasan nasabah dalam memilih menggunakan BSI KCP Kutacane dipengaruhi oleh ketiga variabel, yaitu promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel dependen, seberapa jauh pengaruh variabel independen secara

individual mampu menerangkan variabel dependennya. Untuk melihat pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih bank syariah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.13

Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t		Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13,455	5.580		2,475		0,016
X1	-0,502	0,444	-0,283	-1,130		0,263
X2	0,348	0,208	0,292	1,671		0,099
X3	0,392	0,226	0,358	1,737		0,087

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

a. Pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung sebesar 11,289 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Karena nilai t hitung ($11,289 > t$ tabel (2,01808)) dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane.

b. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar -2,001 dengan nilai signifikansi $0,052 > 0,05$ artinya tidak signifikan. Karena nilai t hitung ($-2,001 < t$ tabel (2,01808)), dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung sebesar 11,489 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Karena nilai t hitung ($11,489 > t$ tabel (2,01808)) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane.

4.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menghitung apakah secara bersama-sama (simultan) variabel indeenden yang ada berpengaruh terhadap variabel dependennya. Untuk mengetahui nilai uji F dapat dilihat melalui tabel anova sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Simultan (F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	34,998	3	11,666	3,157	.030 ^b
Residual	243,873	66	3.695		
Total	278.871	69			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung hasil pengolahan data sebesar 76,265 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan dan nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dari tabel F pada = 0,05 diperoleh F tabel sebesar 3,157. Karena F hitung ($76,265 > F$ tabel 3,157) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yaitu variabel independen (promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane).

4.5 Interpretasi Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 70 responden yang memberikan informasi mengenai pengaruh dari variabel promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih tabungan Easy Wadhi'ah.

4.5.1 Pengaruh Promosi Terhadap kepuasan Nasabah

Promosi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih tabungan Easy Wadhi'ah, promosi dalam penelitian ini lebih menekankan kepada kebutuhan nasabah terhadap kebutuhan primer guna menambah minat nasabah untuk menyimpan atau menabung, produk bank syariah lebih aman dibandingkan dengan bank konvensional lain.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 11,489 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Ini berarti semakin tinggi tingkat promosi pihak bank terhadap keinginan menambah nasabah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.

4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane. Kualitas produk dalam penelitian ini lebih ditekankan pada proses keamanan dan pemenuhan yang aman

dan kondusif kepada nasabah mengenai produk yang ditawarkan di bank tersebut dalam membantu masyarakat/nasabah memenuhi fasilitas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar $=2,001$ dengan nilai signifikan $0,052 > 0,05$. Ini berarti seberapa pun tinggi tingkat kualitas produk yang didapatkan dari pihak bank dalam memberikan fasilitas tidak mempengaruhi kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.

4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih tabungan Easy Wadhi'ah, kualitas pelayanan dalam penelitian ini lebih menekankan kepada kenyamanan nasabah terhadap kebutuhan primer guna menambah kepercayaan nasabah untuk menyimpan atau menabung, produk bank syariah lebih syar'i dan Islami dibandingkan dengan bank konvensional lain.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar $11,289$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan pihak bank terhadap keinginan menambah nasabah maka akan semakin tinggi

pula kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.

4.5.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane. Berdasarkan hasil perhitungan 77,4% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan, berarti 22,6% kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian pada bab sebelumnya, mengenai pengaruh produk simpan pinjam Komida terhadap pendapatan dan kesejahteraan kaum ibu di Desa Cinta Raja dapat disimpulkan antara lain:

- 5.1.1 Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 11,489 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Ini berarti semakin tinggi tingkat promosi pihak bank terhadap keinginan menambah nasabah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.
- 5.1.2 Variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 2,001 dengan nilai signifikan $0,052 > 0,05$. Ini berarti seberapa pun tinggi tingkat kualitas produk yang didapatkan dari pihak bank dalam memberikan fasilitas tidak mempengaruhi kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.

5.1.3 Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung sebesar 11,289 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan pihak bank terhadap keinginan menambah nasabah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di BSI KCP Kutacane dalam memilih menabung Easy Wadhi'ah.

5.1.4 Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane. Berdasarkan hasil perhitungan 77,4% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan, berarti 22,6% kepuasan nasabah dalam memilih menabung di BSI KCP Kutacane dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran-saran

5.2.1 Hendaknya masyarakat/nasabah lebih baik memilih produk syariah, salah satunya ialah Bank Syariah Indonesia dengan kualitas yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang (dunia akhirat), bukan karena mengikuti tuntutan jaman semata atau ikut-ikutan.

- 5.2.2 Hendaknya masyarakat/nasabah mengenakan produk bank syariah yang lebih Islami agar mampu memenuhi kebutuhan keluarga dan kehidupan yang sejahtera lahir batin.