

Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC. Kendari A Silondae 2

Yusril Ilham Maguni¹; Husain Insawan²; Abdul Wahid Mongkito³

¹Institut agama Islam Negeri (IAIN) Kendari Jl Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga,
Telp. (0401)39310

Fax. (0401)39310 Email. ianinkendari@yahoo.co.id

²Program Studi Ekonomi Syariah

Email Korespondensi: yusrililhammaguni@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia Branch Office A Silondae 2 Kendari in 2021. Namely, the subjects in this study were BSI KC customers. A Silondae 2 Kendari. The data collection technique used is a questionnaire. By distributing questionnaires to 100 respondents. The method used is probability sampling. The research method used is multiple linear regression analysis, statistical test and classical assumption test using SPSS version 26 software. The results of the study found that product quality had a significant effect on customer satisfaction with t count (6.428) > t table (1.661). Service quality has a significant effect on customer satisfaction with t count (5.796) > t table (1.661) and product quality and service quality simultaneously affect customer satisfaction with F count (179.195) > F table (3.09)

Keywords: Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan p Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A Silondae 2 Kendari Tahun 2021. Yakni Subjek pada penelitian ini adalah nasabah BSI KC. A Silondae 2 Kendari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Metode yang digunakan adalah probabilitas sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Uji Statistik dan Uji Asumsi Klasik dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan t hitung (6,428) > t table (1,661). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan t hitung (5,796) > t table (1,661) dan Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah dengan F hitung (179,195) > F table (3,09)

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Indonesia, dengan kuantitas penduduk muslim sekitar 85%, menjadi pendorong lahirnya Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Pasal 2 undang-undang ini menyatakan bahwa “Penyelenggaraan jaminan produk halal berasaskan; pada asas perlindungan, asas keadilan, asas kepastian hukum, asas akuntabilitas dan transparansi, asas efektivitas dan efisiensi, serta asas profesionalitas”. Begitupula pada pasal 3 yang menyatakan “Penyelenggaraan jaminan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, serta bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal”. Menurut (sodiman, 2018)

Pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa yang pada dasarnya pengguna jasa akan memberikan apa yang menjadi harapan pengguna jasa. Secara otomatis akan membuat nasabah merasa loyal dan mampu menarik nasabah baru sehingga menjadikan keuntungan bagi suatu lembaga keuangan mikro syariah atau perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan tujuan dari pemenuhan laba untuk masa-masa yang akan datang. Kepuasan nasabah didasarkan pada upaya pengurangan kesenjangan. Irawan berpendapat bahwa kepuasan nasabah terletak pada ekspektasi nasabah, oleh sebab itu strategi kepuasan nasabah harus didasarkan pada pengetahuan yang rinci atau mendalam dan akurat terhadap ekspektasi harapan nasabah.³ Nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan nilai dari penyedia jasa perbankan. (Irawan, 2012:2).

Kepuasan nasabah sangat penting bagi bank syariah untuk membuat kelangsungan usahanya dapat bertahan. Nasabah yang merasa puas akan memberikan loyalitas kepada pihak perbankan. Rasa puas nasabah pendahulu akan menular kepada nasabah baru, yang mana hal ini akan menambah banyaknya nasabah. Menurut pendapat Kotler dalam Kasmir, kepuasan nasabah merupakan penilaian dari nasabah atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Gagalnya sebuah bank untuk menjadikan nasabahnya merasa puas akan memunculkan permasalahan yang beragam. Nasabah yang tidak puas biasanya akan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain. Dampaknya calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. (Rambat Lupiyoadi, 2016:70).

Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk dan kualitas pelayanan. Produk yang diinginkan nasabah adalah produk yang bernilai, artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing.

Beberapa penelitian mengenai kepuasan nasabah telah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sitinjak (2016), hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk islami, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

PT. Bank Syariah Indonesia didirikan pada tanggal 1 Februari 2021 yang merupakan akuisisi dari Otoritas Jasa Keuangan atau OJK mendorong bank syariah dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, Unit Usaha Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Tanggal 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR-3/PB.1/2021. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sebuah bank ritel modern yang terkenal dengan layanan keuangan sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah dengan jangkauan paling mudah. Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan sekuat tenaga memberikan pelayanan yang prima dan menawarkan berbagai macam produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Agar bisa bersaing dengan bank syariah maupun bank konvensional lainnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan produk Tabungan Faedah (Fasilitas Serba Mudah) pada pertengahan tahun 2013. Tabungan Faedah Bank Syariah Indonesia (BSI) iB,

BSI meluncurkan produk Tabungan Faedah (Fasilitas Serba Mudah) pada pertengahan tahun 2013. Tabungan Faedah BSI, Merupakan produk simpanan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan. Fasilitas yang ditawarkan antara lain bebas administrasi bulanan, bebas biaya bulanan untuk ATM, bebas biaya tarik tunai di ATM BRI, ATM Bersama, dan ATM Prima, bebas cek saldo, bebas transfer online ke 83 bank melalui BSI mobile, tidak ada biaya debit PRIMA, serta bebas transfer ke rekening bank lain melalui kartu ATM.

BSI KC. Kendari A Silondae 2 memiliki satu kantor cabang dengan alamat di Jalan Drs. H. Abd Silondae No 123, kendari. Pentingnya penelitian ini dilakukan karena adanya persaingan yang sangat ketat antar bank BSI Cabang Kendari.

Fenomena ini tentunya harus direspon oleh pihak bank BSI Silondae cabang Kendari sendiri. Dengan semakin banyaknya perbankan syariah yang membuka unit syariah hal ini berarti semakin kuatnya persaingan yang terjadi dalam mencari calon nasabah, dan mempertahankan nasabah yang sudah ada dengan selalu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang merupakan faktor yang sangat penting.

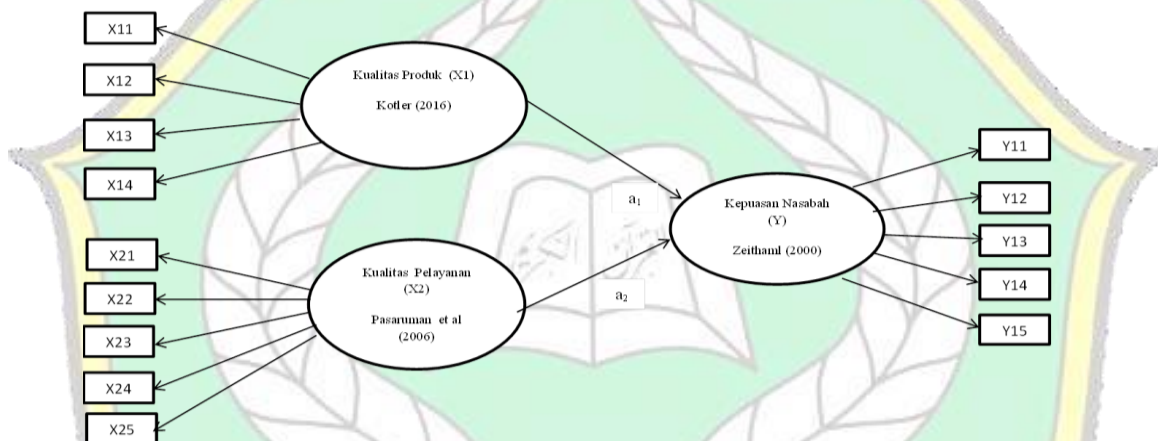
Subjek penelitian ini adalah nasabah pada tabungan Faedah dengan tujuan agar responden dalam memberikan penilaian akan beraneka ragam. Apabila dibandingkan dengan nasabah bagian pembiayaan, besar kemungkinan akan menilai pelayanan bank dengan pendapat baik karena nasabah bagian pembiayaan ini telah terbantu oleh bank. Hal ini tidak sesuai dengan karakteristik nasabah yang pastinya lebih pemilih dalam memberikan penilaian terhadap kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan bank.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai penelitian yang berhubungan dengan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Faedah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC. Kendari A Silondae 2”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *asosiatif*. Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian *asosiatif* ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2017:55). Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang (KC) Kendari yang beralamat di Jalan Drs. H. Abd. Silondae No. 123 Kendari.

Populasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah nasabah tabungan Faedah pada BSI KC. Kendari A Silondae. Jumlah populasi nasabah tabungan faedah sebesar 30.000 orang. Dari 30,000 nasabah, penelitian ini memerlukan sampel data sebanyak 100 nasabah yang akan mewakili populasi sebanyak 30,000 nasabah. Tingkat kesalahan 10% . Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk tabungan Faedah (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).



Sumber: Diolah diLapangan, Tahun 2021

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dan wawancara. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 26.0. Dengan demikian, pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis sebagai berikut: uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik dan uji hipotetesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Umum Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan kuisisioner maka di peroleh data jenis kelamin responden sebagai berikut :

Tabel 4.1.
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	57	32.6	57.0	57.0

	Perempuan	43	24.6	43.0	100.0
	Total	100	57.1	100.0	
Missing	System	75	42.9		
Total		175	100.0		

Sumber : Output SPSS v26

Dari hasil uji frekuensi jenis kelamin di atas, maka responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 57 orang atau 57,0%. Sedangkan perempuan sebanyak 43 orang atau 43,0%.

2. Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan kuisioner maka di peroleh data jenis pekerjaan responden sebagai berikut :

Tabel 4.2.
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	7	4.0	7.0	7.0
	Guru	21	12.0	21.0	28.0
	Karyawan	23	13.1	23.0	51.0
	Pedagang	16	9.1	16.0	67.0
	PNS	6	3.4	6.0	73.0
	Nelayan	2	1.1	2.0	75.0
	Petani	3	1.7	3.0	78.0
	Wiraswasta	22	12.6	22.0	100.0
	Total	100	57.1	100.0	
Missing	System	75	42.9		
Total		175	100.0		

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan hasil uji frekuensi data jenis pekerjaan, maka di peroleh bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 16 orang, PNS 6 orang, Nelayan 2 orang, Petani 3 orang, Wiraswasta 22 orang. Total sebanyak 100 orang.

3. Responden berdasarkan Umur

Dari hasil hasil penelitian menggunakan kuisioner, maka di peroleh data dari umur responden sebagai berikut :

Tabel 4.3.
Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 Tahun	1	.6	1.0	1.0
	18 Tahun	1	.6	1.0	2.0
	19 Tahun	1	.6	1.0	3.0
	21 Tahun	6	3.4	6.0	9.0
	22 Tahun	12	6.9	12.0	21.0
	23 tahun	11	6.3	11.0	32.0
	24 Tahun	4	2.3	4.0	36.0
	25 Tahun	13	7.4	13.0	49.0
	26 Tahun	9	5.1	9.0	58.0
	27 Tahun	9	5.1	9.0	67.0
	31	1	.6	1.0	68.0

32		1	.6	1.0	69.0
34		1	.6	1.0	70.0
48 Tahun		1	.6	1.0	71.0
46 Tahun		2	1.1	2.0	73.0
45 Tahun		1	.6	1.0	74.0
42 Tahun		2	1.1	2.0	76.0
40 Tahun		3	1.7	3.0	79.0
38 Tahun		2	1.1	2.0	81.0
36 Tahun		1	.6	1.0	82.0
30 Tahun		8	4.6	8.0	90.0
29 Tahun		3	1.7	3.0	93.0
28 Tahun		7	4.0	7.0	100.0
Total		100	57.1	100.0	
Missing	System	75	42.9		
Total		175	100.0		

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan hasil uji frekuensi di atas, maka di peroleh jumlah terbanyak dari umur responden yaitu umur 25 Tahun.

4. Responden berdasarkan Pendidikan

Dari hasil penelitian menggunakan kuisisioner, maka di peroleh data pendidikan responden sebagai berikut :

Tabel 4.4.
Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/MA/SMK	45	25.7	45.0	45.0
	S1	48	27.4	48.0	93.0
	S2	6	3.4	6.0	99.0
	SMP/MTS	1	.6	1.0	100.0
	Total	100	57.1	100.0	
Missing	System	75	42.9		
Total		175	100.0		

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan hasil uji frekuensi jenis pendidikan, maka di dapat bahwa pendidika SMA sebanyak 45 orang orang, SMP 1 orang, S1 sebanyak 48 orang dan S2 sebanyak 6 orang.

4.2.2. Analisis Data

1. Uji Reliabilitas Angket

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengambilan keputas adalah jika nilai cronbach Alpha > 60% maka data sudah reliable. Berikut hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.6.

Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y

Variabel	Nilai	Cronbach	Keterangan
----------	-------	----------	------------

	Crobanch	Variabel	
X1	0,60	0,921	Reliabel
X2	0,60	0,847	Reliabel
Y	0,60	0,913	Reliabel

Sumber : Data di Olah di Lapangan, Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, maka dapat di simpulkan bahwa data pada angket untuk masing-masing variable di nyatakan reliable. Karena nilai cronbach Alpha > 0,60.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Jadi sebenarnya uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Dasar dari pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika nilai Asym. Sig > 0,05, maka data sudah normal
- 2) Jika nilai Asym. Sig < 0,05, maka data tidak normal

Tabel 4.7.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02379701
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.044
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

3) Sumber : Output SPSS. V26

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, di dapat nilai Asym. Sig sebesar 0,200. Maka dapat disimpulkan bahwa data sudah terdistribusi normal, karena nilai Asym. Sig (0,200) > 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Jika Signifikan > 0,05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berikut uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis SPSS v26 :

Tabel 4.8.
Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.503	.681		.739	.462
	Kualitas Produk	.016	.025	.109	.661	.510
	Kualitas Pelayanan	.015	.052	.047	.288	.774

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa nilai signifikan variable X1 Kualitas Produk sebesar 0,510. Hal ini menunjukkan bahwa variable X1 tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, karena nilai Sig. (0,510) > 0,05. Begitu juga dengan variable X2 Kualitas Pelayanan yang memiliki nilai Sig. sebesar 0,774, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena nilai Sig (0,774) > 0,05.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam satu model regresi. Jika terdapat korelasi maka dinyatakan bahwa model regresi mengalami masalah multikolinieritas. Jika nilai Tolerance > 0,10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan jika nilai VIF < 10,0 maka tidak terjadi gejala Multikolinieritas. Berikut uji Miltikolinieritas menggunakan alat analisis SPSS v26 di bawah ini :

Tabel 4.9.
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.942	1.164		0.809	0.421		
	X1	0.225	0.042	0.472	5.339	0.000	0.374	2.677
	X2	0.425	0.089	0.423	4.789	0.000	0.374	2.677

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan table 4.9. di atas, diketahui nilai Tolarance variable X1 sebesar 0,374 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,677 < 10,0, hal ini menunjukkan bahwa variable X1 tidak mengalami gejala Multikolinieritas. Begitupun dengan X2 yang memiliki nilai Tolerance sebesar 0,374 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,677 < 10,0, maka dapat di simpulkan bahwa variable X2 tidak mengalami gejala multikolinieritas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik statistik yang menggunakan beberapa variabel penjelas untuk memprediksi hasil dari variabel respon. Tujuan dari regresi linier berganda ini untuk memodelkan hubungan linier antara variabel penjelas (independen) dan variabel respon (dependen). :

Adapun persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + bX1 + bX2 \dots e$$

Berikut hasil uji regresi linier sederhana :

Tabel 4.10.
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.965	1.884		1.573	.119
	Kualitas Produk	0.438	.068	.493	6.428	.000
	Kualitas Pelayanan	0.832	.143	.444	5.796	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menggunakan software SPSS v26, maka di dapat nilai $a = 2.965$ dan $bX_1 = 0,438$, $bX_2 = 0,832$. Sehingga di peroleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,965 + 0,438X_1 + 0,832X_2.$$

4. Uji Bivariate (Korelasi)

Uji korelasi merupakan suatu proses untuk melakukan pengujian terhadap variabel bebas dan variabel tidak bebas, guna mengetahui bagaimana tingkat keeratan hubungan keduanya. Korelasi adalah hal yang dibutuhkan dalam penelitian kuantitatif. Jika nilai Sig < 0,05 maka terdapat hubungan antara variable independent dan variable dependent. Berikut uji korelasi dengan menggunakan alat analisis SPSS v26 di bawah ini :

Tabel 4.11.
Uji Korelasi Bivariat
Correlations

		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.791**	.806**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.791**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.806**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan uji bivariate di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan antar variable kualitas produk dan kepuasan nasabah sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai korelasi sebesar 0,806. Hal ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah dengan derajat hubungan sebesar 0,806. Variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai korelasi sebesar 0,796. Hal ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah dengan derajat hubungan sebesar 0,796.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Berikut table uji hipotesis yang diperoleh dari hasil uji regresi :

Tabel 4.12.
Uji Hipotesis t Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.965	1.884		1.573	.119
	Kualitas Produk	.438	.068	.493	6.428	.000
	Kualitas Pelayanan	.832	.143	.444	5.796	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Output SPSS v.26

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, maka di diperoleh nilai t hitung untuk variable kualitas produk sebesar 6,428. Hipotesis untuk variable X1 adalah : **H0 : Diduga tidak terjadi pengaruh variable kualitas produk terhadap kepuasan nasabah** dan H1 : Diduga Kualitas produk tabungan Faedah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC. Kendari A Silondae 2. Diketahui nilai t hitung sebesar 6,428 dan nilai t table sebesar 1,984. Jika nilai t hitung > t table, maka H0 di tolak dan H1 diterima, dan apabila nilai t hitung < t table maka H0 di terima dan H1 ditolak. Nilai Sig. sebesar 0,00 < 0,05. Sehingga bisa di simpulkann bahwa Kulitas Produk berpenagruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima dan Hipotesis H0 di tolak, karena nilai t hitung (6,428) > t table (1,661). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variable kualitas produk berpengaruh terhadap variable kepuasan nasabah. Hasil penelitian sama dengan penelitian yang di lakukan oleh Dita dkk tahun 2016 yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, maka di diperoleh nilai t hitung untuk variable kualitas produk sebesar 5,796. Hipotesis untuk variable X2 adalah : **H0 : Diduga tidak terjadi pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah** dan **H2 : Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC. Kendari A Silondae 2.** Diketahui nilai t hitung sebesar 5,796 dan nilai t table sebesar 1,984. Jika nilai t hitung > t table, maka H0 di tolak dan H1 diterima, dan apabila nilai t hitung < t table maka H0 di terima dan H1 ditolak. Nilai Sig. 0,00 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima dan Hipotesis H0 di tolak, karena nilai t hitung (5,796) > t table (1,661). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variable kepuasan nasabah. Hasil penelitian sama dengan penelitian yang di lakukan oleh Wiyanto tahun 2016 yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4.13.
Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3344.449	2	1672.224	179.195	.000 ^b
	Residual	905.191	97	9.332		
	Total	4249.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, maka di diperoleh nilai F hitung sebesar 179,195. **H0 : Diduga tidak terjadi pengaruh secara bersama variable kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan H3 : Diduga Kualitas produk tabungan Faedah dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC. Kendari A Silondae 2.** Diketahui nilai F hitung sebesar 179,195 dan nilai F table sebesar 3,09. Jika nilai F hitung > F table, maka H0 di tolak dan H1 diterima, dan apabila nilai F hitung < F table maka H0 di terima dan H1 ditolak. Nilai Sig. 0,00 < 0,05 sehingga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima dan Hipotesis H0 di tolak, karena nilai F hitung (179,195) > F table (3,09). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variable kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variable kepuasan nasabah.

6. Uji Determinasi (R²)

Keofisien Determinasi (R Square atau R kuadrat) atau disimbolkan dengan "R²" yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variable Y. Berikut hasil uji analisis SPSS :

Tabel 4.14.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.711	1.88763

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Output SPSS v26

Berdasarkan hasil uji analisis spss di atas, diketahui nilai dari keofisien determinasi (R^2) sebesar 0,717 atau 71,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variable independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) mempengaruhi variable dependent (Kepuasan Nasabah) sebesar 71,7%. Sisanya 28,3% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukan dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka kita dapat simpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian hipotesis bahwa nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai Sig. $0,00 < 0,05$. Sehingga Hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Kualiatas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini ditunjukkan dari pengujian hipotesis bahwa t hitung $>$ t tabel dan nilai Sig. $0,00 < 0,05$. Sehingga Hipotesis H2 diterima. Karena dengan adanya pelayanan yang sangat baik maka nasabah atau pelanggan akan merasa puas.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari pengujian hipotesis bahwa F hitung $>$ F tabel dan nilai Sig. $0,00 < 0,05$. Sehingga H3 diterima dan H0 di tolak. Oleh karena itu, dengan produk yang berkualitas dan pelayanan yang sangat baik maka dapat mempengaruhi kepuasan nasabah atau pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Penelitian ini hanya memfokuskan pada kajian 3 variabel, yaitu terdiri dari variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.
3. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel yang digunakan bisa lebih banyak. Dengan sampel yang lebih banyak, maka hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzil Arsyi sabana, u. k. (2019). Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam. Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah Oleh Groceries Stall Di Pasar Sentral Kota Kendari, 4, 30.
- Alwahidin, M. R. (2019). li falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. Efisiensi Bank Umum Syariah Milik Pemerintah Daerah di Indonesia, 4, 252.
- sodiman. (2018, juli). li falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. Sertifikasi Halal Produk Makanan Sebagai Perlindungan Konsumen Muslim; Studi di Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Tenggara, Volume 3, 86-87.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3*, 1768-1780
- Badri, Markoni. 2011. *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI.
- Parasuraman et al.dalam Purnama (2006).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 2. Malang.
- Rafidah. 2014. *Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah*. Jurnal Nalar Fiqih Universitas Islam Negeri Jambi. Vol. 10 No. 02. Jambi.
- Rahayu, Betty. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Tehadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang*. Jurnal Manejemen Fakultas Ekonomi Universitas Darul „Ulum. Vol. 5 No. 01. Jombang.
- Setiarini, Dita Septi dan Sendhang Nurseto. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Negeri Diponegoro. Vol. 6 No. 03 : 299-308.
- Alwahidin, Jufra, A., Mulu, B., & Mulu, B. (2023). A new economic perspective: Understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 26(2), 333–360.
- Insawan, H., Abdulahanaa, Karyono, O., & Farida, I. (2022). The COVID-19 pandemic and its impact on the yields of sharia stock business portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6); Article e0941. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.941>
- Insawan, H., Rahman, M., & Anhusadar, L. O. (2020). Comparative analysis of syariah bank in Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 1457–1463.
- Kamaruddin, Misbahuddin, Sarib, S., & Darlis, S. (2023). Cultural-based deviance on Islamic law; Zakat Tekke Wale' spending in Basala, Konawe, Southeast Sulawesi, Indonesia. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 18(2), 568–590.
- Maguni, W., Rum, J., Sofhian, & Hadi, M. (2023). Investigation of the effect of organizational ambidexterity and innovation capability on supply chain performance: An empirical study of Indonesian MSMEs. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), Article e01050. <https://doi.org/10.1016/j.jlsd.2023.e01050>

- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri, B., Rahma, S. T., & Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 895346. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895346>
- Nawas, K. A., Amir, A. M., Syariati, A., & Gunawan, F. (2023). Faking the Arabic imagination till we make it: Language and symbol representation in the Indonesian e-commerce. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(4), 994–1005. <https://doi.org/10.17507/tpls.1304.23>
- Rahman, M., Palilati, A., Samdin, Insawan, H., Hadisi, L., Yusuf, Putera, A., Syaifuddin, D. T., & Kamaluddin, M. (2024). Impactful Contributions: Sharia Banks in Advancing Agricultural and Agribusiness Development, Empowering MSMEs and Enhancing Human Resources Management. *Journal of Global Innovations in Agricultural Sciences*, 12(2), 503-522. <https://doi.org/10.22194/JGIAS/24.1328>