

Laporan Hasil Penelitian Individu

Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Perbankan Syariah

Studi Kasus Pada Bank Syariah di Bandar Lampung

Heni Noviarita, S.E., M.Si.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
2013

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP
PERBANKAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BANK SYARI'AH DI BANDAR LAMPUNG)**

Hasil Penelitian Dosen

Oleh:

Heni Noviarita, SE, M.Si



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

2013

SAMBUTAN KEPALA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (LP2M) IAIN RADEN INTAN LAMPUNG

Penelitian di lingkungan IAIN Raden Intan Bandar Lampung Tahun 2013 dilaksanakan di bawah koordinasi Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Lp2M) IAIN Raden Intan Lampung, yang pelaksanaannya berdasarkan Daftar Isian Pelaksana Anggaran (DIPA) Nomor : 025.04.2.42460/2013 tanggal 05 Desember 2012.

Kami menyambut baik hasil Penelitian Individual dengan judul: *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Di Bandar Lampung)*, kiranya berguna dan bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khazanah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi ke-Islaman.

Bandar Lampung, Oktober 2013



Kepala
Dr. Syamsuri Ali, M.Ag
NIP. 196111251989031003

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan hidayah dalam proses penulisan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan Allah kepada Nabi Muhammad S.aw, keluarga, sahabat dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini dapat diselesaikan atas inayah dan hidayah Allah Swt, begitu pula berkat bantuan semua pihak baik berupa moril maupun materil. Oleh karena itu saya berterima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu di sini. Semoga saja Allah senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua.

Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan dan kelemahan, untuk itu kiranya para pembaca berkenan memberikan sumbang saran dan kritik yang konstruktif untuk kesempurnaan penelitian ini. Akhirnya semoga penelitian ini dapat berguna bagi kita semua.

Bandar Lampung, Oktober 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SAMBUTAN KEPALA PUSLIT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iy
DAFTAR Tabel.....	vi
INTISARI.....	vii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Hipotesis Penelitian.....	12
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Kajian Pustaka	16
B. Kerangka Teori	26
a. Perilaku Konsumen Konvensional.....	26
b. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam ...	30
c. Perbankan Syariah.....	32
C.	
B. Prinsip Keuangan Islam.....	15
C. Pola Tabungan Islami.....	17
1. Teori Utilitas dan Preferensi.....	20
2. Prilaku Konsumen Islami.....	23
3. Prinsip Operasional Bank Islam... .	25
BAB III : METODE PENELITIAN.....	29

	A. Jenis Dan Sumber Data.....	30
	B. Tehnik Pengumpulan data.....	32
	C. Definisi Operasional.....	33
	D. Pengujian Instrumen Penelitian....	35
	1. Uji Validitas.....	35
	2. Uji Reliabelitas.....	37
	E. Metode Analisis Data.....	37
	1. Analisis Diskriftif.....	38
	2. Analisis Inferensial.....	38
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
	A. Jenis Dan Sumber data.....	47
	B. Pengujian Terhadap Variabel Penelitian	54
	C. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	56
	D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V	: KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	67
	A. Kesimpulan.....	67
	B. Rekomendasi.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Dana Pihak Ketiga Pada Perbankan Syariah di Indonesia tahun 2006 - 2012.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	35

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PERBANKAN
SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BANK SYARI'AH DI BANDAR
LAMPUNG)**

Oleh

Heni Noviarita

INTISARI

Studi ini menganalisis Tingkat Kepuasan Nasabah (Masyarakat) terhadap Perbankan Syariah (Bank Islam).. Penelitian ini dilakukan di BRI Syariah dan BTPN Syariah Bandar Lampung. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah/masyarakat untuk menabung di bank syari'ah, yang dipengaruhi oleh faktor (variabel) kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan Bank, serta perbedaan antara kedua faktor tersebut terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah dan BTPN Syariah Bandar Lampung.

Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber yaitu: data *primer dan sekunder*. Untuk melakukan estimasi tersebut diawali serangkaian prosedur; pengujian reliabelitas dan validitas, untuk melihat valid dan reliable data yang akan digunakan. Prosedur selanjutnya adalah *One Sampel Test*, digunakan untuk mengidentifikasikan faktor-faktor apa yang menyebabkan nasabah merasa puas menabung di bank syari'ah. Kemudian digunakan *Analysis of Variance* untuk menguji apakah

secara signifikan ada perbedaan antara dua mean sampel yang diperbandingkan dari kedua faktor/variabel yang diteliti. Selain itu digunakan analisis *Chi-Square* untuk menjawab tujuan penelitian tentang pengaruh/hubungan antara kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Hasil studi ini menemukan bahwa faktor kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan bank berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah untuk menabung di BRI Syariah dan BTPN Syariah Bandar Lampung. Selain itu, ditemukan juga bahwa tidak ada perbedaan pengaruh antara kedua faktor tersebut terhadap tingkat kepuasan nasabah untuk menabung di BRI Syariah dan BTPN Syariah Bandar Lampung.

Kata kunci: Kepuasan nasabah, Kualitas produk tabungan, Kualitas pelayanan bank

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Eksistensi perbankan syariah dewasa ini merupakan sebuah alternatif baru dalam sistem lembaga keuangan bank. Terutama berkaitan dengan penerapan konsep bagi hasil yang sangat kontradiktif dengan sistem bunga sebagai prinsip dasar dalam pengelolaan perbankan konvensional. Sistem bagi hasil dalam perbankan syariah adalah sebuah konsep yang menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam transaksi perbankan. Prinsip utama sistem bagi hasil yang diterapkan adalah transaksi keuangan berupa penyimpanan maupun penyaluran dana yang tidak dikenakan bunga (*interest free banking*).¹ Artinya, perbankan syariah sebagai lembaga keuangan (*financial institutions*) dalam menjalankan aktivitas transaksi keuangan tidaklah berbeda dengan perbankan konvensional, namun mengabaikan

¹ Warren Caragata, "Islamic Finance 101: Shariah lenders make headway in Indonesia" (*Asiaweek*, July 2000), p. 34.

penerapan bunga bank sebagai bagian pendapatan yang diterima dalam transaksi finansial perbankan.

Sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary institution*), perbankan syariah berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat yang *surplus* dana dan akan menyalurkan kepada masyarakat yang mengalami kekurangan (defisit) dana. Tujuannya untuk menjembatani pihak-pihak yang ingin menyalurkan dana melalui lembaga perbankan guna memperoleh pendapatan dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana untuk kegiatan konsumsi dan produksi. Hubungan ini secara langsung akan berdampak pada perekonomian secara makro. Terutama dalam proses pembangunan ekonomi.

Keberadaan lembaga perbankan syariah dalam dinamika sistem perbankan pada umumnya, dilatarbelakangi oleh sejumlah catatan historis gerakan perbankan Islam di sejumlah negara. Pada mulanya dilatarbelakangi oleh *Islamic Development Bank* (IDB) dan *International Assosiation of Islamic Bank* (IAIB) yang menjadi motor penggerak sistem perbankan Islam di beberapa Negara. IDB

membawahi organisasi Dar-al-mal Al-Islam (*Islami House of Funds*) atau DMI, semacam lembaga dana moneter Islam yang didirikan di Bahamas tahun 1981. Sedangkan IAB didirikan pada bulan Agustus 1977, sebagai *technical advisory institutions* bagi perbankan Islam.²

Peranan IDB dan IAIB dalam ekspansi penerapan sistem perbankan syariah sangat urgen di beberapa negara yang memiliki penduduk mayoritas Islam. Hal ini begitu dirasakan ketika pada pertengahan tahun 1940-an Malaysia ikut mendirikan bank bebas bunga, kemudian pada tahun 1950-an Pakistan melakukan hal yang sama melalui percobaan pendirian bank Islami lokal di daerah pedesaan. Perkembangan yang sama juga menyusul di India pada tahun 1968 melalui *Jamaat-e-islami-Hind*. Sebuah lembaga keuangan yang memberikan pinjaman bebas bunga. Kemudian disusul oleh Mesir melalui pendirian bank Islam pada bulan September 1971 dengan nama

² Cengiz Erol dan El-Bdour Radi, "Attitudes, Behavior and Patrinnage Factors of Bank Customers toward Islamic Banks", Vol.7 No.6 (*International Journal Banking and Marketing*, 1989), p. 31-37.

Nasser Social Bank.³ Di Iran sistem perbankan Islam mulai diterapkan pada tahun 1979 melalui nasionalisasi bank komersial.⁴

Perbankan syariah yang pada awalnya hanya dikenal di beberapa negara Islam dalam kawasan Timur Tengah dan Malaysia pada akhirnya merambah masuk ke Indonesia pada tahun 1990-an. Melalui prakarsa Majelis Ulama Indonesia (MUI), pengusaha dan cendekiawan muslim, pada tanggal 1 November 1991 untuk pertama kalinya berdiri bank syariah di Indonesia yang dinamakan PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI). Keberadaan BMI saat itu mendapat respon positif oleh masyarakat muslim yang ditunjukkan pada awalnya melalui komitmen pembelian sahamnya sebesar Rp 84 milyar di saat penandatanganan akta pendirian. Komitmen pembelian saham ini kemudian meningkat sebesar Rp 106.126.382.000 pada acara

³ Cengiz Erol dan El-Bdour Radi, *loc. cit*, p. 31-37.

⁴ Yousefi *et. al*, "Islamic Banking and Friedman's Rule", Vol. LIII No.1 Spring (*Review of Social Economy*, 1995), p. 12.

silaturahmi di Istana Bogor, yang selanjutnya menjadi modal awal BMI saat itu.⁵

Namun pada awal pendirian BMI, produk perundang-undangan yang menjadi dasar penerapan bank berdasarkan prinsip syariah belum terlalu kuat dilakukan oleh pemerintah. Secara eksplisit UU No.7/1992 tentang perbankan saat itu hanya menjelaskan secara tegas ketentuan perbankan berdasarkan prinsip syariah, melainkan distilahkan dengan "bank dengan sistem bagi hasil".⁶ Penegasan mengenai ketentuan bank berdasarkan prinsip syariah Islam baru disempurnakan melalui UU No.10/1998 sebagai pengganti UU No.7/1992 tentang perbankan nasional. Dengan penyempurnaan Undang-undang ini pada akhirnya membuka peluang bagi keberadaan sistem perbankan syariah di Indonesia. Bahkan Undang-undang ini sekaligus memperbolehkan

⁵ Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan* (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 1999), hlm. 19-22.

⁶ *Undang-undang Perbankan RI Nomor 7 Tahun 1992*, Cetakan Pertama (Jakarta: Sinar Grafika).

perbankan konvensional untuk membuka cabang atau unit syariah, ataupun mengkonversi dirinya secara penuh menjadi bank syariah.⁷

Pendirian bank syariah di Indonesia merupakan upaya mengakomodir sebagian besar permintaan masyarakat muslim yang menginginkan perlu adanya lembaga perbankan Islam karena menganggap sistem bunga yang diterapkan pada bank konvensional adalah haram (riba). Melalui UU No. 10/1998 tentang perbankan, angapan tersebut pada akhirnya bisa terakomodir dan sekaligus memberi peluang yang signifikan bagi kemajuan perkembangan perbankan syariah ke depan di Indonesia. Hal ini beralasan karena dengan jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, tentu adalah sebuah segmen pasar potensial bagi prospek perkembangan dan kemajuan bank syariah secara nasional. Akan tetapi potensi tersebut hingga saat ini belum dieksploitasi secara maksimal. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia yang disadari masih relatif muda usianya dan relatif masih kecil peranannya dibanding dengan perbankan

⁷ *Undang-undang Perbankan RI Nomor 10 Tahun 1992, Cetakan Kedua (Jakarta: Sinar Grafika)..*

konvensional. Meskipun tingkat *survive*-nya cukup tangguh di saat krisis ekonomi nasional pertengahan tahun 1997 dibanding perbankan konvensional.⁸

Di tengah usia yang masih relatif mudah tersebut, ternyata keinginan masyarakat untuk menabung di perbankan syariah nasional terus mengalami peningkatan. Selama tahun 2006 – 2012 dana masyarakat (dana pihak ketiga atau DPK) yang disimpan di perbankan syariah cenderung meningkat rata-rata per tahun sebesar 65,28 milyar rupiah dengan kenaikan rata-rata per tahun 15,29 milyar rupiah atau 30,97 persen. Kondisi ini perkembangan DPK ini ditunjukkan pada Tabel 1.1.

⁸ Adiwarman A. Karim, *Islamic Macroeconomic*, First Edition (Jakarta: Muammalat Institute, 2000), p. 18.

Tabel 1.1. Dana Pihak Ketiga pada Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2006 – 2012

Tahun	Jumlah (Milyar Rp)	Meningkat (Milyar Rp)	Meningkat (%)
2006	20,67	-	-
2007	28,01	7,34	35,51
2008	36,85	8,84	31,56
2009	52,27	15,42	41,84
2010	76,04	23,77	45,46
2011*	115,42	39,38	51,79
2012*	127,68	12,26	10,63
Rata-rata	65,28	15,29	30,97

Keterangan:

*) sejak Desember 2012

**) sejak September 2012

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, September 2012, BI. Data hasil olahan.⁹

Keseluruhan DPK ini bersumber dari tiga jenis simpanan masyarakat, seperti: Akad Wadiah (Giro iB), Tabungan iB (Akad Wadiah dan Akad Mudharabah), dan Akad Mudharabah (Deposito iB). Adapun kecenderungan peningkatan dari ketiga sumber DPK ini selama tahun 2006 – 2012 dapat dilihat pada Tabel 1.1 di atas.

⁹ *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta: Bank Indonesia (BI), September, 2012), hlm. 14 .

Masih rendahnya kiprah perbankan syariah dibanding perbankan konvensional hingga saat ini oleh beberapa kalangan dicermati dari berbagai aspek, terutama berkaitan dengan tingkat pelayanan, minat masyarakat, reputasi bank, penjaminan uang nasabah, sistem bagi hasil, pemahaman sistem perbankan syariah, dan masih minimnya informasi serta jaringan perbankan syariah yang masih relatif sedikit. Demikian juga faktor-faktor kepuasan masyarakat terhadap keberadaan produk dan tingkat pelayanan perbankan syariah di tengah-tengah dominasi pengaruh lembaga perbankan konvensional yang telah lama dikenal oleh masyarakat luas. Kondisi ini menyebabkan keinginan masyarakat untuk memilih perbankan syariah untuk menyimpan dananya juga relatif beragam. Studi di beberapa negara mengenai hal telah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil yang ditemukan relatif berbeda-beda.

Studi di Bahrain menemukan bahwa agama merupakan faktor utama diantara faktor lain yang menyebabkan orang memilih menabung di bank syariah. Hasil ini kontradiktif dengan studi di Sudan dan Turki dimana agama bukan faktor utama yang menyebabkan orang menabung

di bank syariah.¹⁰ Di Malaysia dan Singapura ditemukan bahwa agama dan tingkat keuntungan adalah dua faktor mendasar yang menyebabkan orang menabung di bank syariah.¹¹ Hasil ini identik dengan studi Echchabi dan Aziz yang menemukan faktor religiusitas (agama) secara positif berpengaruh signifikan, terutama pada tingkat pelayanan terhadap nasabah perbankan syariah di Maroko.¹²

Hasil studi lain mengenai pilihan masyarakat pada perbankan syariah dan bank konvensional di Pakistan menemukan ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, perlindungan nasabah dan manfaat finansial bagi konsumen, daya saing antara bank syariah dan bank konvensional, serta reputasi bank syariah. Selain itu masyarakat lebih memilih perbankan

¹⁰ Saad A. Metawa dan Almossawi Muhammad, "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implication", Vol.16 No.7 (*International Journal of Bank Marketing*, 1998), p. 302-304.

¹¹ Sudin Haron dan Ahmad Norafifah, "The Effect of Conventional Interest rates and Rate of Profit on Fund Deposited with Islamic Banking System in Malaysia", Vol.3 No.4 (*International Journal of Islamic Financial Services*, January-March 2000), p. 5-6.

¹² Abdelghani Echchabi dan A. Hassanuddeen Aziz, "The Relationship between Religiosity and Customers' Adoption of Islamic Banking Services In Morocco", Vol: 3, No. 5 (*International Journal of Contemporary Business Studies*, May 2012), p. 25.

konvensional walaupun perbankan syariah memberikan pelayanan yang berbeda.¹³ Dalam kasus serupa di Malaysia, Saad menemukan bahwa pilihan nasabah terhadap sebuah bank karena lebih merasa puas dengan kualitas pelayanan, yang berkaitan dengan kompetensi, keramahan dan efisiensi pegawai bank syariah maupun bank konvensional.¹⁴

Di Indonesia, tingkat kepuasan dan pilihan masyarakat terhadap perbankan syariah juga beragam. Studi Bank Indonesia dan PPKPLP UNDIP menemukan faktor demografi (usia dan tingkat pendidikan), aksesibilitas daerah, keuntungan relatif, bunga bank haram, penerimaan terhadap teknologi baru, mobilitas keluarga, fleksibilitas dan kelengkapan bank, adalah faktor-faktor yang memiliki dampak positif terhadap keputusan masyarakat menolak/menerima untuk menabung di perbankan syariah.¹⁵ Bahkan Khaironissa dalam studi serupa

¹³ Raza et. al , "Customers' Satisfaction towards Islamic Banking: Pakistan's Perspective", Vol. 1, No. 6 (*Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)*, January 2012), p. 75-77.

¹⁴ Normar Md. Saad, "Comparative Analysis of Customer Satisfaction on Islamic and Conventional Banks in Malaysia", Vol. 8, No. 1 (*Asian Social Science*, January 2012), p. 73-74.

¹⁵ Bank Indonesia dan UNDIP, *Potency, Preference and Society Behavior toward Syariah Banking System in Central Java and Yogyakarta Provinces* (Jakarta:

menemukan, keputusan nasabah untuk menabung di perbankan syariah karena dipengaruhi oleh faktor ekonomi, faktor agama, dan faktor eksternal. Namun nasabah lebih senang memilih faktor agama dan ekonomi ini karena memperoleh kepuasan duniawi dan ukhrawi.¹⁶

Berbagai realitas empirik dari hasil studi perbankan syariah di beberapa negara dan situasi perkembangan DPK perbankan syariah di Indonesia selama periode 2006-2012, mengindikasikan fenomena dari pilihan dan kepuasan masyarakat pada perbankan secara umum. Mengingat keberadaan perbankan syariah di daerah-daerah tertentu relatif masih baru dibanding perbankan konvensional, maka situasi yang sama atau berbeda bisa berimplikasi pada kepuasan masyarakat terhadap perbankan syariah di setiap daerah di Indonesia. Hal ini yang melatarbelakangi salah satu alasan dilakukannya penelitian ini di Bandar Lampung.

Results of Research Report BI dan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro (UNDIP), 2000), p. 8-11.

¹⁶Delta Khaironissa, "Consumers' Preference Toward Islamic Banking (Case Study in Bank Muamalat Indonesia and Bank BNI Syariah)", Vol. 4, No. 2 (*IQTISAD, Journal of Islamic Economics*, Rajab/September, 1424 H/2003), p. 150-154.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya maka penelitian ini membatasi permasalahan pada kepuasan nasabah terhadap produk tabungan dan pelayanan bank syariah di Bandar Lampung. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah produk tabungan dan pelayanan bank mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah untuk menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung;
2. Apakah ada perbedaan pengaruh dari produk tabungan dan pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah dalam menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Produk tabungan dan pelayanan bank mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah untuk menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung;
2. Ada perbedaaan pengaruh dari produk tabungan dan pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah dalam menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk tabungan dan pelayanan bank terhadap tingkat kepuasan nasabah untuk menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung;
2. Untuk menganalisis perbedaaan pengaruh dari produk tabungan dan pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah dalam menyimpan dana pada perbankan syariah di Bandar Lampung.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai salah satu kontribusi bagi pengembangan referensi empirik dalam analisis tingkat kepuasan masyarakat pada perbankan syariah di Indonesia;
2. Sebagai masukan untuk lebih memahami pandangan masyarakat terhadap berbagai produk dan pelayanan perbankan syariah, khususnya di Bandar Lampung dan di Indonesia pada umumnya;
3. Sebagai masukan dalam perumusan kebijakan penghimpunan dana masyarakat dan perbaikan tingkat pelayanan perbankan syariah, khususnya di Bandar Lampung dan di Indonesia pada umumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Terdapat perbedaan prinsip dan konsep dalam sistem perbankan syariah dibanding perbankan konvensional. Kedua aspek ini cenderung berimplikasi pada perilaku masyarakat atau nasabah dalam menentukan pilihan untuk menyimpan dananya pada perbankan tersebut. Keunggulan yang dimiliki bank syariah terhadap keragaman dan kualitas produk simpanan serta mutu pelayanan yang baik akan menjadi tolok ukur minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank ini sekaligus menjadi peluang dalam perluasan segmen pasar perbankan tersebut. Masyarakat akan selalu membandingkan kelebihan dan kekurangan perbankan syariah dibanding dengan bank konvensional untuk memutuskan menjadi nasabahnya. Dalam konteks ini banyak studi telah dilakukan untuk melihat kriteria apa saja yang menjadi pertimbangan utama tingkat kepuasan masyarakat untuk menjatuhkan pilihan pada perbankan syariah.

Studi Gerrard dan Cunningham di Singapura terhadap sikap masyarakat dalam pemilihan bank syariah, menemukan hasil cukup menarik. Melalui *analysis factor* dengan sampel 29 responden penduduk muslim dan 161 responden non muslim menemukan tidak ada perbedaan sikap antara kedua responden ini dalam memilih bank syariah. Kesamaan sikap ini diukur melalui indikator pelayanan yang cepat dan efisien, kerahasiaan bank, reputasi dan *image* bank, rendahnya biaya cek, dan tersedianya tempat parkir. Selain itu, tingginya tingkat bunga, interior gedung, periklanan, saran teman dan keluarga sangat signifikan mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih bank syariah.⁷

Studi berbeda di Bahrain menemukan hasil, keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor agama. Selain faktor agama, keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh faktor keuntungan, dorongan keluarga dan teman, serta lokasi bank. Studi ini menggunakan analisis *chi-square* dan *profile analysis* dengan

⁷ Philip Gerrard dan Cunningham J. Barton, "Islamic Banking: Study in Singapore", Vol.15 No.6 (*International Journal of Bank Marketing*, 1997), p. 214-216.

melibatkan 300 responden nasabah *Faisal Islamic Bank* dan *Bahrain Islamic Bank*.⁸ Hasil ini tidak jauh berbeda yang ditemukan di Yordania dalam studi Naser, Jamal, dan Al-Katib. Hasil ini diperoleh melalui 206 responden yang menjatuhkan pilihan pada bank syariah karena dipengaruhi faktor reputasi bank, alasan agama, menawarkan fasilitas yang sama dengan bank konvensional, kerahasiaan bank dan keuntungan yang diperoleh nasabah. Salah satu aspek penting selain faktor agama adalah faktor keuntungan yang menjadi pertimbangan ekonomi bagi nasabah memilih bank syariah di negara ini.⁹

Kepuasan nasabah terhadap bank syariah di Malaysia agak berbeda seperti di Bahrain dan Yordania. Pilihan nasabah terhadap perbankan ini dapat dilihat dari hubungan antara tingkat keuntungan terhadap simpanan nasabah di bank syariah dan tingkat bunga bank konvensional. Analisis kasus ini dilakukan Haron dan Ahmad menggunakan pendekatan *Adaptive Expectation Model*. Hasil studi ini

⁸ Saad A. Metawa dan Almosawi Muhammad, *op. cit*, p. 304-315.

⁹ Kamal Naser, Ahmad Jamal dan Al-Katib Khalid, "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan", Vol.17 No.3 (*The International Journal of Banking Marketing Financial Services Sector*, 1999), p. 137-148.

menemukan ada hubungan positif dan signifikan antara tingkat keuntungan nasabah terhadap simpanan nasabah di bank syariah. Sebaliknya terdapat hubungan negatif antara tingkat bunga bank konvensional dengan simpanan di bank Syariah. Hasil ini mengindikasikan jika terjadi peningkatan keuntungan simpanan nasabah di bank syariah maka nasabah akan meningkatkan jumlah simpanannya di bank tersebut. Sebaliknya jika terjadi peningkatan tingkat bunga bank konvensional maka jumlah simpanan bank syariah akan menurun. Dalam kasus ini tingkat kepuasan nasabah memilih bank syariah hanya dilandasi motivasi mencari keuntungan ekonomi dari produk simpanan semata.¹⁰

Kepuasan nasabah terhadap terhadap produk perbankan syariah juga ditemukan di Afrika Selatan dalam studi Ackermann dan Jacobs. Nasabah perusahaan muslim di negara ini lebih memerlukan aset-produk berbasis keuangan yang dapat membiayai modal dalam mendukung strategi investasi bagi perusahaan-perusahaan tersebut.

¹⁰ Sudin Haron dan Ahmad Norafifah, *op.cit*, p. 5-7.

Selajutnya, ditemukan pula bahwa nasabah perusahaan muslim di negara ini lebih merasa puas jika lembaga perbankan syariah memahami kebutuhan produk perbankan yang dibutuhkan.¹¹

Tingkat kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah dapat juga ditelusuri melalui persepsi nasabah antara kepuasan yang diperoleh dari bank syariah dibanding bank konvensional. Dalam kasus ini Khattak dan Kashif-Ur-Rehman melakukan studi dengan menggunakan sampel sebanyak 156 responden nasabah bank syariah dan bank konvensional di Pakistan. Variabel demografi yang digunakan meliputi: usia, gender, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, agama yang dianut dan jenis pekerjaan. Melalui penerapan metode *Kruskal-Wallis one-way ANOVA* ditemukan bahwa sebagian besar responden menyatakan puas terhadap pelayanan kedua bank dan hanya sedikit tidak puas. Nasabah menyadari ada perbedaan produk pada perbankan syariah namun tidak memilih produk tersebut. Yang menarik dari

¹¹ P.L.S. Ackermann dan E. Jacobs, "Developing banking products for Islamic corporate clientele", Volume 12 Number 1 (*Southern African Business Review*, 2008), p. 67.

temuan studi ini adalah, ternyata pilihan sistem perbankan yang dianggap dapat memenuhi tingkat kepuasan nasabah adalah sebanyak 28,2% memilih perbankan syariah, 5,7% memilih bank konvensional dan 66,7% menyamakan pilihannya pada kedua bank tersebut.¹²

Dalam kasus yang sama, Saad dalam studi perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada perbankan syariah dan konvensional di Malaysia menemukan hasil ada hubungan antara variabel demografi dengan variabel perbankan syariah dan konvensional, menunjukkan nasabah memilih sebuah bank karena lebih merasa puas dengan kualitas pelayanan. Variabel demografi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: usia, gender, agama, etnik, status perkawinan, tingkat pendidikan, sedangkan variabel pelayanan bank meliputi: efisiensi pelayanan; keramahan pegawai bank, kompetensi pegawai bank, ketersediaan tempat parkir; fasilitas fisik, lokasi strategis, dan aksesibilitas transportasi umum. Studi ini menggunakan metode analisis

¹² N.M. Khattak, dan Kashif-Ur-Rehman, "Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan", Vol. 4(5) (*African Journal of Business Management*, May 2010), p. 664-666.

Chi-square test untuk melihat hubungan kedua variabel tersebut dengan menggunakan 1.153 reponden nasabah kedua bank tersebut.¹³

Hasil yang relatif berbeda dengan kasus di atas ditemukan dalam studi Raza et. al, tentang tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah di Pakistan. Meskipun hasil yang diperoleh menunjukkan kondisi relatif sama seperti adanya hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, perlindungan nasabah, manfaat finansial bagi nasabah, daya saing bank syariah terhadap bank konvensional, serta reputasi bank. Namun hasil studi ini menemukan bahwa masyarakat lebih memilih perbankan konvensional walaupun perbankan syariah memberikan pelayanan yang berbeda. Faktor penyebab utamanya adalah masih kurangnya kesadaran masyarakat terhadap perbankan syariah di negara ini. Studi ini

¹³ Normar Md. Saad, "Comparative Analysis of Customer Satisfaction on Islamic and Conventional Banks in Malaysia", Vol. 8, No. 1 (*Asian Social Science*, January 2012). p. 75-76.

menggunakan teknik Analisis Faktor dengan sampel total sebanyak 120 responden nasabah bank syariah.¹⁴

Selain faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam studi-studi sebelumnya, dalam kasus serupa Echchabi dan Aziz menganalisis hubungan antara variabel religiusitas (agama) dengan tingkat pelayanan bank syariah di Maroko. Studi ini menggunakan 300 responden dengan menerapkan uji-t dan analisis regresi. Hasil yang ditemukan menunjukkan variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan pelayanan perbankan syariah di Maroko.¹⁵

Berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah yang ditemukan di berbagai negara, di Indonesia studi serupa juga dilakukan oleh berbagai kalangan. Bank Indonesia dan PPKPLP UNDIP dalam studi di Jawa Tengah dan DI Yogyakarta menemukan faktor demografi (seperti usia dan tingkat pendidikan), aksesibilitas daerah, keuntungan relatif, bunga bank haram, penerimaan teknologi

¹⁴ Raza et. al, loc.cit, p. 75-77.

¹⁵ Abdelghani Echchabi dan A. Hassanuddeen Aziz, *op.cit*, p. 28-29

baru, mobilitas keluarga, fleksibilitas dan kelengkapan bank, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk menolak/menerima produk tabungan/pembiayaan pada perbankan syariah. Studi ini menerapkan model estimasi Logit dengan sampel sebanyak 1.500 responden dari 15 kota dan kabupaten di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta.¹⁶

Studi lain juga berasal dari Khaironissa dengan total sampel 95 responden nasabah Bank Muammalat Indonesia Jakarta dan BNI syariah Yogyakarta. Melalui *analysis of variance* (ANOVA) dan *Chi-square* hasil studi ini menemukan bahwa keputusan konsumen untuk menabung di perbankan syariah dipengaruhi oleh: (a) faktor ekonomi, seperti manfaat ekonomi yang diterima, kecepatan pelayanan, fasilitas online, dan sistem keuangan yang sehat; (b) faktor agama, seperti tidak bertentangan dengan agama/sesuai dengan perintah agama Islam, mengurangi keseimbangan ekonomi dalam masyarakat, memiliki pengetahuan yang baik terhadap prinsip-prinsip Islam, dan lingkungan

¹⁶ Bank Indonesia dan PPKPLP UNDIP, *op.cit*, p. 8-14.

diketahui secara luas. Namun demikian keinginan menabung dan memperoleh pembiayaan sangat tinggi sekali.¹⁸

Studi tentang kepuasan nasabah bank syariah juga dilakukan Atmojo di Semarang. Dalam studi ditemukan bahwa variabel kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Semarang. Studi ini menggunakan pendekatan regresi linear berganda, dengan sampel sebanyak 100 responden nasabah BNI Syariah Cabang Semarang.¹⁹

B. Kerangka Teori

a. Perilaku Konsumen Konvensional

Dalam kajian ekonomi mikro, teori perilaku konsumen merupakan salah satu teori yang membahas bagaimana kombinasi dua jenis barang atau lebih yang dipilih oleh konsumen agar dapat

¹⁸ Aiyub (2007:6-11) "Analisis Perilaku Masyarakat terhadap Keinginan Menabung dan Memperoleh Pembiayaan pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam", *Volume 8, Nomor 1 (Jurnal E-Mabis FE-Unimal, Januari 2007)*, hlm. 6-11.

¹⁹ Agung Purwo Atmojo, "Analisi Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang)", (<http://eprints.undip.ac.id/26399/2/jurnal>, 2011), hlm. 13-21.

memberikan tingkat kepuasan (utilitas) yang sama pada tingkat pendapatan tertentu. Dalam hal ini preferensi konsumen terhadap kombinasi beberapa jenis barang atau jasa, sangat terkait dengan perilaku atau kecenderungan seseorang dalam menentukan pilihan terhadap barang atau jasa yang memiliki nilai paling tinggi atau dapat memberikan tingkat kepuasan tertinggi bagi konsumen.

Dalam melakukan kegiatan konsumsi, perilaku konsumen biasanya cenderung menginginkan kepuasan dari apa yang dikonsumsinya. Hal ini terkait dengan berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut.²⁰ Utilitas atau kepuasan, lebih tepat mengarah pada kesenangan atau kegunaan subyektif yang dirasakan seseorang dari mengkonsumsi sesuatu barang atau jasa. Untuk itu ukuran penentuan tingkat kepuasan tersebut seringkali dicermati melalui kecenderungan konsumen menyenangi jenis barang

²⁰ Abdul Chalid Ahmad, *Ekonomi Mikro*, Edisi 1 (Bandar Lampung: FAKTA PRESS, 2007), hlm. 89.

atau jasa yang dikonsumsi, namun berdasarkan pendekatan pengukuran yang jelas.²¹

Ada dua cara atau pendekatan yang dapat digunakan dalam mempelajari perilaku konsumen, yaitu (1) pendekatan Kardinal dan (2) pendekatan Ordinal. Pendekatan pertama, cenderung subyektif karena menganggap bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dan memiliki satuan ukur. Artinya semakin banyak barang yang dikonsumsi maka semakin besar kepuasannya, dan total kepuasan (*total utility*) semakin konsumen tinggi. Akan tetapi penambahan kepuasan (*marginal utility*) akan semakin berkurang akibat penambahan unit konsumsi barang atau jasa. Kondisi ini lebih dikenal dengan hukum *diminishing of return*. Pendekatan kardinal oleh sebagian kalangan dianggap kurang tepat, karena tingkat kepuasan seseorang tidak bisa dikuantifikasikan. Tingkat kepuasan adalah sesuatu yang abstrak sehingga hanya bisa diidentifikasi dengan memberi peringkat atau ranking berdasarkan skala kebutuhan yang diinginkan. Aspek penting dari pendekatan

²¹ P.A Samuelson, dan W.D. Nordhaus, *Economics*, Sixteenth Edition, (USA: Irwin McGraw-Hill Companies, Inc, 1998), p. 108.

kardinal yang membuat pendekatan ini cukup dikenal hingga saat ini, adalah sebagai embrio dari penurunan hukum permintaan (*law of demand*) dalam analisa ekonomi mikro konvensional.²²

Pendekatan kedua, adalah salah satu pendekatan teori utilitas yang paling banyak digunakan dalam ekonomi mikro. Terutama dalam mengukur perilaku konsumen melalui perbandingan atau dalam merangking tingkat kepuasan yang diperoleh. Asumsi yang digunakan dalam pendekatan ini menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen tidak bisa diukur secara kuantitas melainkan diurut (*ordering*) berdasarkan skala preferensinya. Cara pengukuran yang umumnya digunakan dalam adalah melalui kurva indifference (*indifference curve*). Kurva yang merupakan sekumpulan pilihan tingkat kepuasan yang sama bagi setiap individu dalam mengkonsumsi berbagai kombinasi dua jenis barang.²³ Tingkat kombinasi dua jenis barang pada dasarnya dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh tingkat kepuasan

²² Abdul Chalid Ahmad, *op.cit*, hlm. 100-103.

²³ Robert H. Frank, *Macroeconomics and Behavior*, Fourth Edition (USA: Irwin McGraw-Hill Companies, Inc, 2000), p. 103-104.

yang maksimal, karena ada perilaku hukum *diminishing marginal rate of substitution* (MRS). Artinya tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen akan mengalami penurunan akibat penambahan satu unit barang/jasa melalui *trade off* atau substitusi dari barang Y misalnya ke X, sebagai bentuk pengorbanan suatu jenis barang karena keterbatasan pendapatan dalam mencapai kepuasan. Dengan begitu konsumen akan memaksimalkan kepuasaannya dengan cara penyesuaian kombinasi barang X dan Y.²⁴

b. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam

Dalam pendekatan ekonomi Islam, perilaku konsumen juga tidak berbeda dengan pendekatan ekonomi mikro konvensional. Untuk memenuhi kebutuhan terhadap beragam jenis barang atau jasa akan selalu dihadapkan pada preferensi, utilitas, kendala pendapatan dan pilihan akhir terhadap sejumlah faktor yang mempengaruhi motif konsumen dalam mengkonsumsi. Namun segala aktivitas tersebut harus

²⁴ Roberts Pindyck, dan Rubinfeld Daniel L, *Microeconomics*, Fourth Edition, (New Jersey: Prentice Hall International Inc, 1998), p. 211.

dilandasi oleh tujuan akhir untuk mencari ridho Allah SWT. Artinya perilaku konsumen secara Islami merupakan perilaku yang mencakup pada batas-batas *syar'i*, mana yang diperbolehkan (halal) dan mana yang dilarang (haram). Dalam hal ini ada pembatasan etika yang serius berdasarkan prinsip-prinsip dalam Al-Qur'an dan Hadist.²⁵

Konteks pencapaian kepuasan dalam perilaku konsumen secara Islami perlu adanya filter moral dalam rangka mengurangi tingkat keinginan yang tidak terbatas terhadap eksploitasi sumberdaya. Dengan adanya batasan etika atau aturan yang harus dipenuhi konsumen dalam berperilaku secara Islami, maka pembahasan tentang preferensi dan teori utilitas lebih menekankan pada dua jenis barang, yaitu jenis barang halal dan haram.²⁶ Barang yang diharamkan dalam ekonomi Islam diasumsikan sebagai barang "yang tidak disukai", dan barang yang halal diasumsikan sebagai barang "yang disukai". Kedua jenis barang ini jika digambarkan melalui kurva indifference maka

²⁵ M. Abdul Mannan, *Ekonomi Islam, Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1999), hlm. 15.

²⁶ M. Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Cetakan Pertama (Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Institute, , 2000), hlm. 89.

bentuknya terbalik dari bentuk yang biasanya digunakan dalam ekonomi mikro konvensional.²⁷

Pendekatan kurva indifference terhadap barang yang haram (tidak disukai) menyimpulkan bahwa semakin sedikit barang yang tidak disukai akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Demikian juga terhadap perilaku konsumen terhadap preferensi barang yang halal (disukai). Semakin banyak barang yang halal dipilih konsumen maka akan menambah tingkat kepuasan (utility) yang diperoleh.

c. Perbankan Syariah

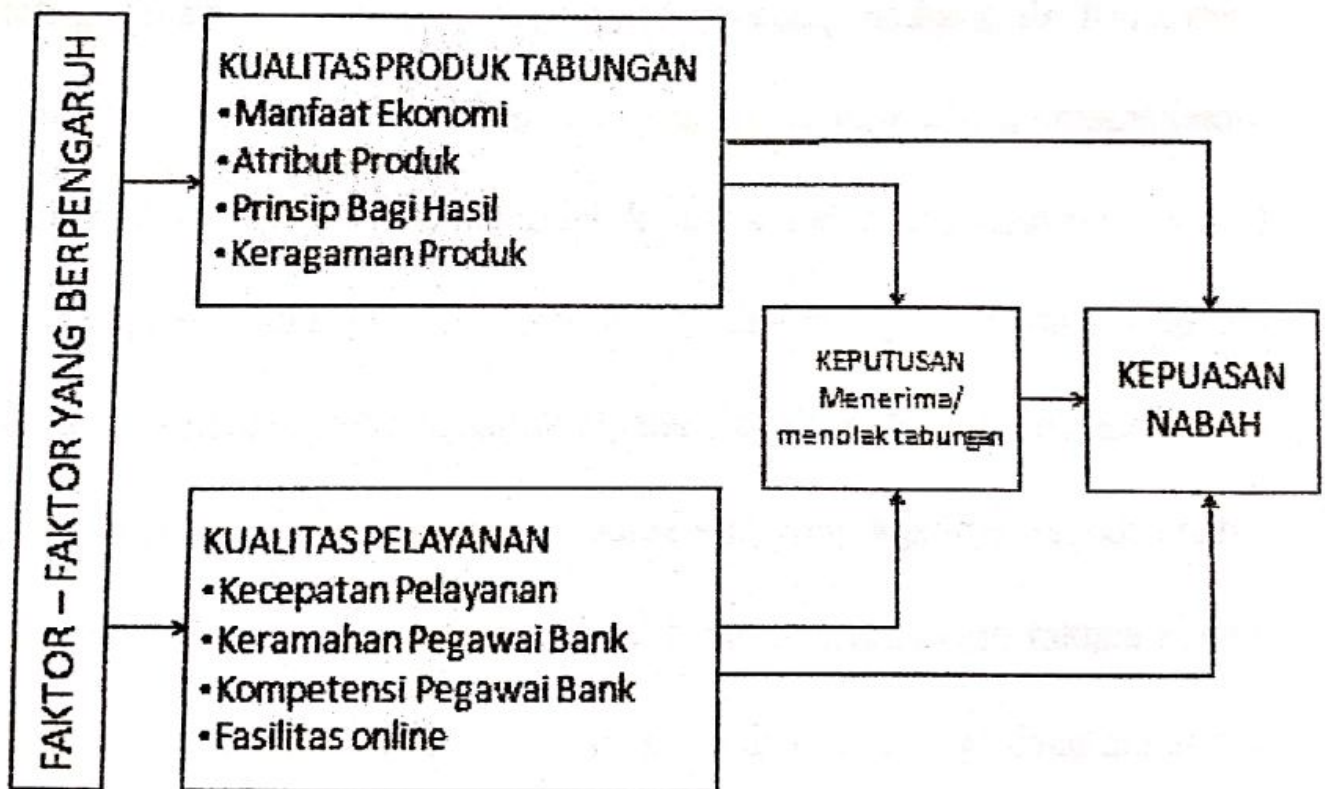
Berdasarkan UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan, bank umum diklasifikasi dalam dua bentuk yaitu: bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional, adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau persentase tertentu dari dana

²⁷ Adiwarman A. Karim, *Islamic Macroeconomic*, First Edition (Jakarta: Muammalat Institute, 2000), hlm. 45.

C. Kerangka Pemikiran

Dilatarbelakangi oleh hasil-hasil studi empirik sebelumnya dan landasan teori yang telah dibahas di awal, maka disusun kerangka pemikiran penelitian ini pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian



Kerangka pikir penelitian ini memiliki dua faktor kepuasan yang dianggap mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di

perbankan syariah Bandar Lampung. Penjelasan kerangka pikir penelitian sebagai berikut: (1), faktor kualitas produk tabungan: keputusan nasabah menabung di bank syariah Bandar Lampung karena merasa puas dengan manfaat ekonomi yang diterima, atribut produk, prinsip bagi hasil dari produk tabungan, keragaman produk perbankan; dan (2) faktor kualitas pelayanan: keputusan nasabah menabung di bank syariah Bandar Lampung karena merasa puas dengan kecepatan pelayanan, keramahan pegawai bank, kompetensi pegawai bank, fasilitas online.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini dirancang secara sistematis meliputi: penentuan tempat dan waktu penelitian, teknik penarikan sampel, pengujian instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan metode penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung dengan pertimbangan: (1) di daerah ini telah beroperasi bank syariah pemerintah maupun swasta dalam jumlah relatif banyak; (2) mayoritas populasi penduduk di daerah menganut agama Islam sehingga bisa menjadi potensi besar bagi perkembangan dan kemajuan perbankan syariah; (3) adanya pandangan beragam terhadap dinamika perkembangan dan kemajuan perbankan syariah di masyarakat seperti ditemukan dalam beberapa studi empirik sebelumnya, tentu juga tidak

jauh berbeda dengan pandangan masyarakat di daerah ini, sehingga untuk membuktikannya diperlukan sebuah riset empirik; dan (4) masih relatif minim jumlah penelitian tentang perbankan syariah di daerah ini.

Penelitian ini direncanakan pelaksanaannya selama 5 bulan sejak usulan penelitian ini diseminarkan dan disetujui untuk selanjutnya diperbaiki sesuai dengan berbagai saran perbaikan dalam forum seminar proposal penelitian.

C. Teknik Penarikan Sampel

Sampel bank syariah digunakan dalam penelitian ini dibatasi pada dua jenis bank syariah di Bandar Lampung, yaitu: BRI Syariah dan BTPN Syariah. Pemilihan kedua bank syariah ini berdasarkan pertimbangan subyektif semata, karena kedua bank tersebut lebih familiar dan reputasinya dianggap cukup baik dalam pandangan masyarakat Bandar Lampung.

Sampel nasabah dalam bentuk *non probabilistic sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memberikan probabilitas yang sama

untuk dipilih menjadi sampel, atau pemilihan anggota sampel dilakukan dengan tidak acak dan bersifat obyektif.¹⁹ Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan cara memilih anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Selain itu juga, karena penelitian ini menggunakan metode Analisis Faktor maka sampel yang digunakan minimal sebanyak 100. Jumlah ini sampel ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam Analisis Variance dan Analisis Faktor.²⁰ Dengan demikian masing-masing bank syariah tersebut ditarik 50 sampel nasabah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui metode survey. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk diisi sesuai dengan desain pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Desain pertanyaan

¹⁹ Donal R. Cooper dan William Emory, *Business Research Methods*, Fourth Edition (Boston: Richard D. Irwin Inc, 1995), p. 110.

²⁰ Agusty Ferdinand, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit untuk Tesis Magister dan Desertasi Doktor* (Semarang: BP UNDIP, 2005), hlm. 56-58.

kuesioner disesuaikan dengan tujuan penelitian melalui bentuk pertanyaan tertutup (*close ended questions*) dengan menerapkan skala Likert.²¹ Adapun skor penilaian dalam pengukuran skala ini adalah 1 – 6 yang ditentukan pada setiap item pertanyaan dalam kuesioner, seperti dinyatakan sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) = 1, Setuju (S) = 2, Agak Setuju (AS) = 3, Agak Tidak Setuju (ATS) = 4, Tidak Setuju (TS) = 5 dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 6.

E. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa studi empirik sebelumnya, kemudian disesuaikan dengan tujuan penelitian. Variabel-variabel tersebut diklasifikasi dalam dua bentuk, yaitu: faktor kualitas produk dan faktor kualitas pelayanan. Kedua faktor ini terdiri dari 8 variabel indikator yang diasumsikan mempengaruhi kepuasan nasabah menabung di perbankan syariah Bandar Lampung. Variabel indikator untuk faktor kualitas produk

²¹ J. Supranto, *Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi* (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, , 2004), hlm. 54.

adalah: (1) manfaat ekonomi; (2) atribut produk; (3) prinsip bagi hasil; (4) keragaman produk; sedangkan variabel indikator untuk faktor kualitas pelayanan bank adalah: (5) kecepatan pelayanan; (6) keramahan pegawai bank; (7) kompetensi pegawai bank; (8) fasilitas online.

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Kepuasan nasabah adalah persepsi senang/tidak senang atau sangat puas/tidak puas terhadap kinerja (hasil) produk tabungan dan pelayanan bank yang dirasakan nasabah di bank syariah Bandar Lampung. Pengukuran variabel ini dengan skala Likert yaitu: Sangat Puas (SP) = 1, Puas (P) = 2, Agak Puas (AP) = 3, Agak Tidak Puas (ATP) = 4, Tidak Puas (TP) = 5 dan Sangat Tidak Puas (STP) = 6;
2. Faktor Kualitas Produk, adalah kumpulan variabel kualitas produk tabungan yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah untuk

menabung di perbankan syariah Bandar Lampung; yang meliputi variabel manfaat ekonomi, atribut produk, prinsip bagi hasil, keragaman produk;

3. Faktor Kualitas Pelayanan Bank. adalah kumpulan variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di perbankan syariah Bandar Lampung, yang meliputi: kecepatan pelayanan, keramahan pegawai bank, kompetensi pegawai bank, fasilitas online di perbankan syariah Bandar Lampung;

G. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian ini dilakukan untuk memperoleh kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) data yang diperoleh dari kuesioner (instrumen) penelitian. Tujuannya pengujian ini untuk mengetahui seberapa valid dan reliabel setiap item pertanyaan yang dinyatakan dalam kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment*.²² Kedua pengujian ini

²² Djamaludin Ancok, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm 73.

dilakukan dengan menggunakan program olah data SPSS. Formulasi uji validitas dinyatakan sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X - (\sum X)^2][N \sum Y - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (1)$$

dimana: r_{XY} = koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X = skor tiap item = skor butir

Y = skor total = skor faktor

N = jumlah responden

Kesimpulan dari hasil pengujian ini adalah, jika nilai koefisien korelasi (r_{XY}) hitung lebih besar dari nilai koefisien r_{XY} tabel maka skor atau variabel yang diberikan dalam instrumen adalah valid, dan jika terjadi sebaliknya maka tidak valid.

Selanjutnya uji reliabilitas menggunakan teknik pengukuran koefisien *Alpha Cronbach*,²³ dengan formulasi sebagai berikut:

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left[\frac{1-V_X}{V_t} \right] \dots\dots\dots (2)$$

dimana: r_{tt} = koefisien korelasi *Alpha*

²³ Ibid, hlm.74.

V_t = variabel total

M = jumlah butir pertanyaan

V_x = variasi butir pertanyaan

Kesimpulan dari hasil pengujian ini adalah, jika nilai koefisien

Alpha (r_{tt}) hitung lebih besar dari 0,5 maka variabel atau skor yang diberikan dalam instrumen adalah reliabel, dan jika terjadi sebaliknya maka tidak reliabel.

H. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisa statistik deskriptif dan inferensial. Analisa statistik deskriptif berkaitan dengan pembahasan karakteristik responden, pengetahuan responden terhadap perbankan syariah Bandar Lampung, dan variabel-variabel penelitian lainnya. Adapun analisa statistik inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Penelitian menggunakan pendekatan *Chi-Square*.

Untuk memperoleh model estimasi yang tepat, selain dilakukan pengujian validitas dan reliabelitas data penelitian, juga digunakan uji spesifikasi model dan uji diagnostik. Hal dimaksudkan untuk

memperoleh hasil uji spesifikasi model yang terhindar dari bias estimasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data-data tersebut berkaitan dengan variabel observasi yang digunakan dalam model penelitian, yang meliputi: Variabel (faktor) kualitas produk tabungan dan variabel kualitas pelayanan bank syariah.

Sumber data primer keseluruhan variabel berasal dari hasil penyebaran kuesioner oleh peneliti pada tanggal 11 - 17 September 2013 di BRI Syariah Cabang Bandar Lampung diperoleh responden sebanyak 50 orang, dan pada tanggal 20 - 28 Juli 2006 di BTPN Syariah Cabang Bandar Lampung diperoleh 50 orang responden. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*, dimana

peneliti mengambil sampel dengan mendatangi kantor cabang Bank Islam yang bersangkutan.

Sumber data sekunder di dapat dari publikasi bank, dan literature yang berhubungan dengan penelitian.

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian dalam bentuk statistik dan deskriptif dari karakteristik responden, pengujian terhadap variabel-variabel penelitian dan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden pria dan wanita, menunjukkan bahwa jumlah responden pria dan wanita yang terpilih di BRI Syariah adalah 20 orang (20 %) perempuan dan 30 orang laki-laki (30%). Dalam penelitian ini ternyata responden Laki-laki yang lebih banyak

menggunakan fasilitas Bank Islam dibandingkan dengan responden perempuan.

Di bank BTPN Syariah responden yang terpilih terdiri dari 31 orang perempuan (31 %) dan 19 orang laki-laki (19%). Dalam penelitian ini ternyata responden perempuan yang lebih banyak menggunakan fasilitas Bank Islam dibandingkan dengan responden laki-laki.

Secara keseluruhan, ternyata lebih banyak perempuan (51%) dibandingkan laki (49 %) yang menggunakan fasilitas bank Islam, umlah yang hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan. Artinya dalam memanfaatkan jasa perbankan, kebutuhan antara laki-laki dan perempuan tidak jauh berbeda.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama Yang Di Anut.

Secara kebetulan keseluruhan responden yang terpilih dalam penelitian ini beragama Islam. Menurut informasi yang

peneliti terima dari pihak bank ada nasabah yang beragama selain Islam.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden yang terpilih dalam penelitian ini mempunyai latar belakang pendidikan yang bervariasi dimulai dari tamat SMA (30 %), D1(1%), D2(1%), D3 (30 %), S1(29 %) dan S2 (9%).

Hasil penelitian menunjukkan, pada tahap pendidikan tersebut, responden telah terlibat dengan pasar kerja, sehingga membutuhkan jasa perbankan. Ternyata yang paling banyak menggunakan fasilitas bank Islam adalah yang mempunyai latar belakang pendidikan D3 (30%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden yang memiliki pekerjaan juga bervariasi, dari PNS (25 %), Peg Swasta

(59 %), Pegawai BUMN (2%), ibu rumah tangga (1%), Mahasiswa (10 %), dan lainnya (3 %) membutuhkan jasa perbankan dalam transaksi yang mereka lakukan, sedangkan yang berprofesi sebagai mahasiswa memerlukan jasa perbankan untuk mengamankan uang mereka.

Dalam Penelitian ini, pegawai swasta yang lebih banyak menggunakan fasilitas yang disediakan oleh bank Islam yaitu sebesar 59 %.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.

Berdasarkan karakteristik penghasilan, jumlah responden yang berpenghasilan < dari Rp. 500.000, berjumlah 5 orang (5 %) , responden yang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp 1.000.000,00 berjumlah 36 orang (36 %), responden yang berpenghasilan Rp 1.000.000,00 -1.500.000,00 berjumlah 14 orang (14 %)responden yang berpenghasilan Rp 1.500.000,00 -2.000.000,00 berjumlah 23

orang (23 %), responden yang berpenghasilan > dari Rp 2.000.000,00 berjumlah 12 orang (12 %), sisanya adalah responden yang belum memiliki penghasilan, karena masih sekolah sebanyak 10 orang (10 %).

Dalam Penelitian ini responden yang memiliki penghasilan Rp. 500.000 - Rp 1.000.000,00, paling banyak menggunakan fasilitas bank Islam.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi.

Dalam memanfaatkan bank Islam, masing-masing responden memilih sesuai dengan katagori yang cocok dengan informasi yang diperolehnya. Dalam penelitian ini informasi yang diperoleh responden terbagi kedalam enam jenis; Tv dan Radio berjumlah 21 orang (21 %), Majalah dan Surat Kabar, berjumlah 21 orang (19 %), Iklan, berjumlah 15 orang (15 %), pegawai bank 8 orang (8 %), relasi bisnis/teman/tetangga,

berjumlah orang 31 (31 %), saudara/anggota keluarga lain berjumlah 6 orang (6 %).

7. Karakteristik responden berdasarkan Lama Menabung

Responden dalam penelitian ini mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dalam lamanya menabung, dimulai dari nasabah yang menabung < dari 1 tahun, berjumlah berjumlah 47 orang (47 %), 1 - 3 tahun berjumlah 44 orang (44 %), 4-6 tahun berjumlah 8 orang (8 %), dan > dari 6 tahun berjumlah 1 orang (1 %).

Identifikasi lamanya nasabah menabung di BRI Syariah dan BTPN Syariah menunjukkan rata-rata dalam jangka waktu yang pendek.

8. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Produk Dipilih.

Jenis Produk yang diambil oleh nasabah sebagian besar adalah tabungan mudharabah, sebanyak 87 orang (87 %), tabungan haji, sebanyak 2 orang (2 %), giro wadiah sebanyak 2 orang (2 %), deposito mudharabah sebanyak 6 orang (6 %), investasi shar-e, sebanyak 2 orang (2 %).

Di dalam penelitian ini sebanyak 87 % responden memilih tabungan mudharabah untuk menyimpan uang mereka,

B. Hasil Pengujian Variabel-Variabel Penelitian.

Pengujian terhadap variabel-variabel penelitian dimulai dengan pengujian validitas dan reliabelitas. Valid dan reliabelnya suatu kuesioner akan mampu mengungkapkan pengukuran yang tepat dalam penelitian, sementara reliabelitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban yang dibuat untuk kuesioner tersebut konsisten.

1. Pengujian Validitas Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel penelitian, semua variabel yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil yang valid. Hal ini di tunjukkan dengan penghitungan yang bernilai positif dari *corrected item-total correlation*, apabila dibandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel, dimana r hitung > dari r tabel (N = 100, $\alpha = 0,05$ sebesar 0.1946) menunjukkan bahwa variabel tersebut valid. Perhitungan t hitung dilakukan dengan rumus :

$$T \text{ hitung} = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r}{N-2}}}$$

dilihat dari perbandingan antara t hitung dengan t tabel, apabila t hitung > dari t tabel, berarti variabel tersebut valid. Dari hasil perhitungan, menunjukkan bahwa t hitung > dari t tabel ($\alpha = 0,05$, df = 99 sebesar 1,98).

Untuk melihat seberapa besar pengaruh/hubungan kedua variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah menabung di kedua sampel bank Islam tersebut, dapat dilihat dari nilai pada tabel *Symmetric measures*, dimana nilai *Spearman correlationnya* sebesar 0.492. Artinya nilai ini menunjukkan kualitas produk tabungan dan tingkat pelayanan bank memiliki hubungan yang searah dan memiliki pengaruh yang kuat (erat) terhadap tingkat kepuasan nasabah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian.

Dalam teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana hukum permintaan konsumen terhadap barang dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Misalnya, mengapa konsumen membeli lebih banyak pada saat harga rendah dibandingkan apabila harga tinggi.

Dalam ilmu ekonomi modern, masalah pilihan sangat tergantung pada berbagai perilaku masing-masing individu, yang mungkin tidak memperhatikan kaidah-kaidah yang berlaku di masyarakat. Sementara dalam ilmu ekonomi Islam, kita tidak berada pada kedudukan untuk mendistribusikan sumber daya semau kita. Perilaku seorang konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap barang dan jasa yang disukainya berbeda-beda, hal ini tergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhi seorang konsumen tersebut dalam mengambil keputusannya. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut tergantung pada faktor internal dan eksternal individu.

Banyak faktor yang bisa menjadi tolok ukur mengapa sebagian konsumen lebih memilih untuk menyimpan uang (tabungan) di bank Islam. Dari sisi agamis, nasabah menjadi lebih yakin karena pilihan yang diambil telah sesuai dengan tuntunan dan ajaran agama yang dianut. Hal tersebut memberi

rasa tentram, karena tidak menyalahi aturan agama secara hukum.

Namun dari sisi ekonomi, nasabah yang menabung di bank Islam biasanya disebabkan oleh tingkat kepuasan nasabah yang berasal dari dua faktor, yaitu kualitas produk tabungan dan tingkat pelayanan. Faktor (variabel) kualitas produk meliputi: manfaat ekonomi yang diperoleh, atribut produk, tingkat bunga (bagi hasil untuk bank Islam), dan keragaman produk tabungan. Sedangkan, faktor tingkat pelayanan meliputi: kecepatan pelayanan, keramahan pegawai bank, kompetensi pegawai bank, dan fasilitas online.

Berdasarkan hasil penelitian ini, baik faktor (variabel) kualitas produk tabungan maupun tingkat pelayanan bank sangat berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah dan BTPN Syariah Cabang Bandar

Lampung. Artinya, jika bank Islam di Bandar Lampung ingin meningkatkan kinerja pengumpulan dana masyarakat melalui produk tabungan, maka kualitas produk tabungan dan tingkat pelayanan nasabah harus makin ditingkatkan. Sebab, dengan begitu akan mendorong minat masyarakat yang makin tinggi untuk menyimpan dananya di perbankan Islam di daerah ini. Dengan makin tinggi minat masyarakat tersebut, maka peranan bank Islam dalam perekonomian ummat dan daerah khususnya serta perekonomian pada umumnya akan semakin berkembang baik. Perbankan Islam pun akan mendapat tempat strategis di mata masyarakat Islam yang selama ini mungkin lebih tertarik pada perbankan konvensional.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

1. Faktor (variabel) kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan bank sangat berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah untuk menabung di BRI Syariah dan BTPN Syariah Cabang Badar Lampung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku nasabah dalam menabung di perbankan Islam sangat ditentukan oleh kedua faktor tersebut, diantara faktor-faktor lain yang ada.
2. Tidak ada perbedaan pengaruh antara kualitas produk tabungan dengan kualitas pelayanan bank syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah untuk menabung di BRI Syariah dan BTPN Syariah Bandar Lampung.

B. Rekomendasi

1. Perlu sosialisasi yang lebih optimal diberbagai kalangan, sehingga masyarakat mengenal lebih jauh mengenai kinerja bank Islam di Lampung.
2. Tingkat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat perlu dipertahankan, sehingga nasabah benar-benar yakin dengan prinsip syariah yang dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ancok, Djameludin, 1989, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta

An-Nabhani, Taqyuddin, 1996, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Risalah Gusti, Cetakan Pertama, Surabaya.

Antonio, Syaf'i, 1999, *Bank Syari'ah bagi bankir dan Praktisi Keuangan*, Bank Indonesia dan Tazkia, Cetakan Pertama, Jakarta.

Babbie Earl, 1995, *The Practice of Sosial Research*, ITP publishing Co, 7thEdition, Boston.

Baraba, Achmad, 1999, "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah", *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol 2 No.3, Desember ;1-8

Cooper, Donald R, dan William Emory, 1995, *Bussiness Research Methods*, Richard D Irwin, 4thEdition, Boston.

Caragata, Warren, 2000, *Islamic Finance 101: Shariah Lenders make headway in Indonesia*, *Asiaweek*, Juli.

Delta Chairunisa, 2001, *Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalah Indonesia dan BNI Syariah)*, Tesis, PPS-UGM, Jogjakarta

Frank, Robert, 2000, *Micro Economics and Behaviour*, McGraw-Hill Inc, 4thEdition, New York.

- Haron, Sudin, dan Norafifah Ahmad, 2000, "The effects of Conventional Interest Rates and Rate of Profit on Funds Deposited with Islamic Banking System in Malaysia", *International Journal of Islamic Financial Service*, Vol.1 No.4 (January-March).
- Iqbal, Zamir, 1997, "Islamic Financial System", *Financial and Development*, June; 42-45.
- Karsten, Ingo, 1982, "Islam and Financial Intermediation", *IMF Staff Paper*, Vol 29.No.1, March:108-142
- Karim, Adiwarman, 2000, *Islamic Micro Economics*, Muamalat Institute, 1st edition, Jakarta.
- Levin, Richard I, dan David S Rubin, 1998, *Statistics for Management*, Prentice Hall International Inc, 7th edition, USA.
- M. Abdul Mannan, 1995, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dhana Bakti wakaf, Yogyakarta.
- Metawa, Saad, dan M. Almosawi, 1998, "Banking Behaviour of Islamic Bank Costumer: Perspective and implication", *International Journal of Bank Marketing*, Vol.16 No.7.
- Muhammad, 2000, *Sistem dan prosedur Operasional Bank Syari'ah*, UII Press, Yogyakarta.
- Mankiw, N, Gregory, 2000, *Macro Economics*, 4th Edition, Worth Publishers, New York.

Pindyck, Roberts dan Daniel L Rubinfeld, 1998, *Micro Economics*, Prentice Hall International Inc, 4th edition, New Jersey.

Samuelson, A Paul, and William D. Nordhaus, 1998, *Economics*, 16th edition, McGraw-Hill Inc, New York.

Sudjana, 1996, *Metode Statistika*, Tarsito, Bandung.

Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998, Sinar Grafika, Cetakan kedua, Jakarta.

Lampiran 1:

KUESIONER PENELITIAN

Nomor Kuesioner:.....
Nama Bank:

I. Data Responden

- Nama :
Alamat :
Usia :
Jenis kelamin : (1). Laki-laki [L] (2). Perempuan [P]
Agama :
Pendidikan : (a). SMA (b). D3 (c). S1 (d). S2
Pekerjaan : (a). PNS (b). Peg.Swasta (c). Peg.BUMN (d).
Wiraswasta :
e. Lainnya, sebutkan
- Penghasilan :
(a). kurang dari Rp 500.000 (d). Lebih dari Rp 1.500.000
(b). Rp 500.000 – Rp 1.000.000 (e). Belum ada
(c). Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000

II. Pengetahuan Responden terhadap Bank Syariah yang dipilih.

Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap tepat dengan memberikan tanda (X) pada jawaban tersebut.

1. Dari mana anda mengenal Syariah ini:
- a. radio dan televisi
 - b. surat kabar dan majalah
 - c. papan iklan keluarga lain
 - d. pegawai bank
 - e. teman/ tetangga/ relasi bisnis
 - f. saudara/anggota

2. Sudah berapa lama anda menabung di Syariah ini:
 - a. kurang dari 1 tahun
 - b. 1 – 3 tahun
 - c. 4 – 6 tahun
 - d. lainnya, sebutkan:.....
3. Jenis produk (tabungan) apa yang anda pilih:
 - a. Tabungan Mudharabah
 - b. Tabungan Haji
 - c. Giro Wadiah
 - d. Deposito Mudharabah
 - e. Lainnya, sebutkan:.....

III. Pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian

Pililah salah satu jawaban yang paling tepat menurut keyakinan anda dengan memberi tanda (X) pada jawaban yang dipilih. Kriteria jawaban untuk pilihan anda meliputi:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

AS = Agak Setuju

ATS = Agak Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

A. FAKTOR KUALITAS PRODUK APA SAJA YANG MENYEBABKAN ANDA MERASA PUAS MENABUNG DI SYARIAH INI?

1. Saya menabung di bank Syariah ini, karena manfaat ekonomi yang diperoleh lebih memuaskan dibanding dengan manfaat ekonomi pada bank konvensional.
 - (a). SS
 - (b). S
 - (c). AS
 - (d). ATS
 - (e). TS
 - (f). STS
2. Saya menabung di bank Syariah ini, karena berbagai atribut produk tabungan yang secara Islami lebih memuaskan dibanding produk-produk tabungan konvensional.
 - (a). SS
 - (b). S
 - (c). AS
 - (d). ATS
 - (e). TS
 - (f). STS
3. Saya menabung di bank Syariah ini, karena penerapan prinsip bagi hasil pada berbagai produk tabungan lebih memuaskan dibanding prinsip bunga bank.
 - (a). SS
 - (d). ATS

Lampiran 3

Frequency Table Karakteristik Responden

gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	52	52.0	52.0	52.0
	Laki-laki	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	30	30.0	30.0	30.0
	D1	1	1.0	1.0	31.0
	D2	1	1.0	1.0	32.0
	D3	30	30.0	30.0	62.0
	S1	29	29.0	29.0	91.0
	S2	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Swasta	59	59.0	59.0	59.0
	PNS	25	25.0	25.0	84.0
	Pegawai BUMN	2	2.0	2.0	86.0
	Ibu RT	1	1.0	1.0	87.0
	Mahasiswa	10	10.0	10.0	97.0
	Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tdk Ada Penghasilan	10	10.0	10.0	10.0
< 500.000	5	5.0	5.0	15.0
500.000 - 1.000.000	36	36.0	36.0	51.0
1.001.999 - 1.500.000	14	14.0	14.0	65.0
1.500.000 - 2.000.000	23	23.0	23.0	88.0
> 2.000.000	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

informasi ttg bank Islam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Majalah/Surat kabar	19	19.0	19.0	19.0
Saudara/Anggota Kel.	6	6.0	6.0	25.0
Iklan	15	15.0	15.0	40.0
Relasi bisnis/Teman/Ttg	31	31.0	31.0	71.0
Pegawai Bank	8	8.0	8.0	79.0
TV/Radio	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

lama menabung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Thn	47	47.0	47.0	47.0
1 - 3 Thn	44	44.0	44.0	91.0
4 - 6 Thn	8	8.0	8.0	99.0
> 6 Thn	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

jenis tabungan/deposito

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tab. Mudarabah	87	87.0	87.0	87.0
	Tab. & Dep. Mudarabah	1	1.0	1.0	88.0
	Tab. Haji	2	2.0	2.0	90.0
	Tab. Mudarabah & Shar-e	2	2.0	2.0	92.0
	Dep. Mudarabah	6	6.0	6.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4

Frequency Table Variabel Penelitian Variabel Kualitas Produk Tabungan

manfaat ekonomi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	41	41.0	41.0	41.0
s	43	43.0	43.0	84.0
as	13	13.0	13.0	97.0
ats	2	2.0	2.0	99.0
ts	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

atribut produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	35	35.0	35.0	35.0
s	50	50.0	50.0	85.0
as	6	6.0	6.0	91.0
ats	5	5.0	5.0	96.0
ts	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

bagi hasil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	28	28.0	28.0	28.0
s	49	49.0	49.0	77.0
as	14	14.0	14.0	91.0
ats	8	8.0	8.0	99.0
ts	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

keragaman produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	23	23.0	23.0	23.0
s	42	42.0	42.0	65.0
as	17	17.0	17.0	82.0
ats	10	10.0	10.0	92.0
ts	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variabel Kualitas Pelayanan Bank

kecepatan pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	38	38.0	38.0	38.0
s	51	51.0	51.0	89.0
as	9	9.0	9.0	98.0
ats	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

keramahan pegawai bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	22	22.0	22.0	22.0
s	52	52.0	52.0	74.0
as	15	15.0	15.0	89.0
ats	10	10.0	10.0	99.0
ts	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

kompetensi pegawai bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	25	25.0	25.0	25.0
s	58	58.0	58.0	83.0
as	16	16.0	16.0	99.0
ats	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

fasilitas online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	23	23.0	23.0	23.0
s	61	61.0	61.0	84.0
as	8	8.0	8.0	92.0
ats	5	5.0	5.0	97.0
ts	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table (BRI Syariah)
Variabel Kualitas Produk Tabungan

manfaat ekonomi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ss	30	30.0	60.0	60.0
s	17	17.0	34.0	94.0
as	3	3.0	6.0	100.0
Total	50	50.0	100.0	
Missing System	50	50.0		
Total	100	100.0		

Lampiran 5

UJI HIPOTESIS KEDUA

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepuasan	100	2.72	.451	.045

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Kepuasan	60.276	99	.000	2.72	2.63	2.81

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
K_Produk	100	4.61	.803	.080
Layanan	100	4.78	.543	.054

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
K_Produk	57.430	99	.000	4.61	4.45	4.77
Layanan	88.075	99	.000	4.78	4.67	4.89

LAMPIRAN 6

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepuasan
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.72
	Std. Deviation	.451
Most Extreme Differences	Absolute	.453
	Positive	.267
	Negative	-.453
Kolmogorov-Smirnov Z		4.525
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Oneway (Jenis Bank)

Descriptives

Kepuasan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					BRI_BL	50		
BTPN_BL	50	23.16	6.819	.964	21.22	25.10	15	43
Total	100	25.24	6.558	.656	23.94	26.54	15	43

Test of Homogeneity of Variances

Kepuasan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.577	1	98	.449

ANOVA

Kepuasan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	432.640	1	432.640	11.083	.001
Within Groups	3825.600	98	39.037		
Total	4258.240	99			

LAMPIRAN 7

UJI HIPOTESIS PERTAMA

Crosstabs

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.861 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	22.881	9	.006
Linear-by-Linear Association	2.930	1	.087
N of Valid Cases	100		

a. 13 cells (81.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.492			.000
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.272	.102	2.407	.016
	Kendall's tau-c	.124	.051	2.407	.016
	Gamma	.545	.139	2.407	.016
	Spearman Correlation	.288	.110	2.972	.004 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.172	.079	1.729	.087 ^c
N of Valid Cases		100			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K_PRODUK	Between Groups	4.410	1	4.410	7.278	.008
	Within Groups	59.380	98	.606		
	Total	63.790	99			
LAYANAN	Between Groups	.640	1	.640	2.199	.141
	Within Groups	28.520	98	.291		
	Total	29.160	99			

