

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DALAM MURABAHAH PADA BMT AL HIDAYAH KOTARAJA LOMBOK TIMUR

**MUHAMMAD MASRURON**

IAI Hamzan Wadi Pancor  
waringin\_arjuna@yahoo.co.id

## **Abstract**

This study aims to determine the factors that affect Customer Satisfaction in Murabahah. This type of research is quantitative descriptive field (field research). Quantitative method is a way or approach where the observed symptoms are analyzed with the help of statistics or figures and computer assistance with the program SPSS Version 20.0. Data analysis technique used is Multiple Linear Analysis. The number of samples as many as 50 people who are customers of BMT Al Hidayah.

The results showed that the F test (simultaneous) F-count value of 3.064 while F table 2.79 ie ( $3,064 > 2.79$ ), it can be concluded that the value of f arithmetic is greater than the value of f table based on it then  $H_0$  rejected and  $H_a$  accepted meaning simultaneously murabahah contract consisting of product superiority (X1), trust (X2), and service (X3), have a significant influence on customer satisfaction (Y).

As for t Test (partial) note that product superiority (X1) t-count ( $2,393 > t\text{-table } (0,279)$  or sig ( $0,021 > 0,05$ ). Trust (X2) t-count ( $1,107 > t\text{-table } (0,279)$  or sig ( $0,274 > 0,05$ ) and service (X3) t-count ( $0,940 > t\text{-table } (0,279)$  or sig ( $0,352 < 0,05$ ). thus  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected. So it can be concluded there is partially significant influence consisting of product superiority (X1), trust (X2), and service (X3) to customer satisfaction (Y). The coefficient of determination ( $R^2$ ) produced shows that the value of  $R^2$  is 0.167. This gives meaning that as much as 16,7% variation of dependent variable change that is customer satisfaction in murabahah contract in BMT Al Hidayah Kotaraja can be explained by variation of independent variable, while the rest 83,3% influenced by variation of other variable not covered in regression model. The value of correlation coefficient is 0.408 which means the relationship between dependent variable with independent variable is very strong and positive.

**Keywords:** *product superiority, trust, service, satisfaction, murabahah and Baitul Maal Wattamwil*

## Pendahuluan

Dalam ekonomi islam adalah dunia bisnis atau investasi. Hal ini bisa dicermati mulai dari tanda-tanda ekplisit untuk melakukan investasi (ajakan bisnis dalam fiqih islam dalam alquran dan sunnah) hingga tanda-tanda implisit untuk menciptakan sistem yang mendukung iklim investasi (adanya sistem zakat sebagai alat pengumpulan harta, serta larangan *maysir* atau judi dan spekulasi untuk mendorong produktivitas atas setiap investasi).<sup>1</sup>

Salah satu lembaga keuangan syariah non bank yang menjadi garda terdepan menegakkan keadilan bagi umat yaitu *Baitul Maal WatTamwil* (BMT). BMT merupakan sebuah lembaga nonbank yang berbentuk koperasi berbasis syariah. BMT ini berusaha memberikan bantuan dana kepada pedagang maupun usaha mikro yang masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan kredit dari bank. Keberadaan BMT ini mampu berkontribusi sebagai salah satu lembaga pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan bunga atau riba, sehingga masyarakat kecil dapat meningkatkan usahanya dalam berbagai bidang tanpa takut dengan bunga yang tinggi.<sup>2</sup>

BMT Al Hidayah adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *murabahah*. Kehadiran BMT Al-hidayah ini sangat dinanti-nantikan oleh masyarakat dan diharapkan mampu memainkan peranan yang aktif dalam menggerakkan roda pembangunan, khususnya bagi golongan ekonomi menengah ke bawah sekaligus bisa mengentaskan kemiskinan. Sampai saat ini

---

<sup>1</sup> Ascarya, *akad dan produk bank syariah*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, hal 90

<sup>2</sup> <http://ekisopini.blogspot.co.id> (Diakses 13 Desember 2017,09:15)

aset yang dimiliki oleh BMT Al-hidayah telah berkembang pesat. Dengan modal awal dalam operasionalnya sebesar Rp. 3.000.000 pada Tahun 2006 telah meningkat menjadi Rp. 1,5 Milyar pada Tahun 2010, dan menjadi 8 Milyar pada tahun 2015 hal ini disebabkan tingginya kepercayaan masyarakat baik dalam simpanan maupun dalam pengambilan pembiayaan. Hal tersebut bisa dilihat dari sepak terjang pengelola dan pengurus BMT Al-hidayah dalam menjalankan lembaga BMT Al-hidayah dengan modal pembiayaan awal hanya 3 juta rupiah.

Setiap nasabah tentunya mempunyai alasan tersendiri dalam memutuskan pengajuan pembiayaan *murabahah* ini. Keuntungan Margin merupakan profit yang diperoleh pihak lembaga keuangan syariah dari hasil transaksi yang berlangsung. Dan dalam memutuskan sesuatu, nasabah juga akan dipengaruhi oleh keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan dari pihak lembaga itu sendiri bagaimana cara melayani nasabah dengan baik.

Pada dasarnya pelaksanaan akad ini merupakan transaksi antara dua belah pihak dalam bentuk jual beli barang, bukan transaksi dalam bentuk uang (dana pinjaman). Oleh sebab itu, nasabah yang menggunakan akad *murabahah* akan menerima pembiayaan dalam bentuk barang yang dibutuhkan sesuai dengan kesepakatan antara dua belah pihak. Pada BMT al-hidayah, pelaksanaan akad ini masih memberikan pembiayaan dalam bentuk dana (uang) kepada nasabah seperti yang dilakukan oleh kebanyakan lembaga keuangan syari'ah yang lain, sehingga perlu adanya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam *murabahah* sehingga masyarakat mampu membedakan konsep pinjaman dengan pembiayaan. Namun

meskipun demikian, dengan dilakukannya praktik murabahah (jual beli), hal itu menunjukkan bahwa BMT Al-hidayah sudah menjalankan fungsinya sebagaimana mestinya, meskipun praktek akad tersebut sudah lama dilakukan tetapi akad tersebut belum optimal dan maksimal.

## Kajian Teori

### 1. Pengertian Bmt

BMT merupakan singkatan dari *baitul mal wa baitul tamwil*, secara *harfiah/lughowibaitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial, sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.<sup>3</sup>

Secara umum *baitul maal wa tamwil* adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin yang berfungsi untuk melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya serta menerima titipan dana

---

<sup>3</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* Yogyakarta: UII Press, 2004. hal 126

*zakat, infaq dan shodaqoh* dan mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.<sup>4</sup>

## 2. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Engel dkk kepuasan nasabah adalah evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.<sup>5</sup> Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat senang atau puas

Sedangkan Day, menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>6</sup>

Menurut Mawardi arti kepuasan mencakup 3 aspek, yaitu: *Pertama*, kepuasan tertinggi yaitu ketika merasa puas terhadap apa yang diterima ketika didunia dan menjauhkan diri dari segala sesuatu yang melenakan *Kedua*, kepuasan yang sedang yaitu ketika seseorang merasa cukup dengan apa yang telah dicapainya dan tidak mengharapkan lebih dari apa yang telah diraihinya. *Ketiga*, kepuasan yang paling rendah yaitu ketika seseorang mentolerir rasa puasnya terhadap apa yang didapatnya, karena ini masih berada antara kecintaan dan ketakutan dengan duniawi.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Fitri Nurhartati Dkk, Koperasi Syari'ah, Surakarta: PT. Era Intermedia, 2008, hlm 49

<sup>5</sup> Philip Kotler Dan dkk. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks. 2007, hal 77

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), hal. 24

<sup>7</sup> Supranto, Johannes. 2002. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rhineka Cipta. Hal 18-19

**a. Kepuasan Dalam Perspektif Islam**

Konsep kepuasan yang menjadi tujuan konsumen ekonomi Islam adalah konsep *mashlahah* (kemanfaatan/kesejahteraan) yang menjadi tujuannya.<sup>8</sup> Ada beberapa perbedaan yang mendasar antara konsep kepuasan konsumen ekonomi Islam dengan konsep

kepuasan ekonomi konvensional, antara lain:

- a. Konsep *utility* bersifat sangat subjektif karena bertolak dari pemenuhan *wants* yang memang subjektif. Sehingga dapat berbeda antara satu orang dengan orang lain dalam merasakan kepuasan (*utility*). Sementara itu konsep *mashlahah* relatif lebih objektif karena bertolak dari pemenuhan *needs* (kebutuhan) yang memang relatif lebih objektif dibandingkan *wants*. Karena *needs* ditentukan berdasarkan pertimbangan rasional normative dan positif maka akan terdapat suatu kriteria tentang apakah suatu benda ekonomi memiliki *mashlahah* atau tidak.
- b. *Mashlahah* individual akan relatif konsisten dengan *mashlahah* social, sementara *utilitas* individu sangat mungkin berseberangan dengan *utilitas* sosial.
- c. Jika *mashlahah* dijadikan tujuan dari seluruh pelaku ekonomi (produsen, konsumen dan distributor) maka arah pembangunan ekonomi akan menuju pada titik yang sama.

---

<sup>8</sup> Rizal Fahlefi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Batusangkar: STAIN Batusangkar, 2008), hal. 54-56

**b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

**1. Keunggulan produk**

Kotler mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri terbaik. Menurut Swastha salah satu faktor penting yang dapat membuat konsumen puas adalah keunggulan produk.<sup>9</sup>

**2. Rasa percaya**

*Trust* merefleksikan kredibilitas dan kredibilitas mempengaruhi orientasi jangka panjang konsumen dengan mengurangi persepsi atas resiko yang berhubungan dengan tingkah oportunistik bagi perusahaan. Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa *trust* adalah sebuah penggerak (*driver*) yang mempengaruhi loyalitas merek (Chauduri dan Holbrook).<sup>10</sup>

Ganesan dan Shankar menyatakan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari 2 komponen, yaitu :

- a. *Credibility* didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
- b. *Benevolence* didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi di mana komitmen tidak terbentuk.

---

<sup>9</sup>. Ibid hal 5

<sup>10</sup> <https://etalasepustaka.blogspot.co.id> (13 Desember 2017)

### 3. Pelayanan

Dalam perusahaan jasa, untuk mengukur kepuasan ada beberapa cara, sebagai berikut :

- a. *Tangible* (bukti langsung) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, personalia, bahan tertulis dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dengan handal akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah kemampuan untuk menolong dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.

Didalam dunia perbankan Pelayanan disebut *Customer Service*. secara umum, *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>11</sup>

### 3. Murabahah

Murabahah merupakan salah satu bentuk jual beli dimana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang biaya-biaya yang di keluarkan untuk mendapatkan komoditas (harga pokok pembelian), dan tambahan profit yang diinginkan yang tercermin dalam harga jual.<sup>12</sup> Dimana penjual harus memberitahu harga asal dengan tambahan keuntungan yang nilainya di sepakati dua belah pihak.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 216

<sup>12</sup> Indra gunawan. *Fiqh muamalah II*, Pancor, 2016, hal 117

<sup>13</sup> Iffi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, malang:UIN-Maliki Press, 2012, hal 144

**a. Syarat Sahnya Jual Beli**

Suatu jual beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat, yaitu:

1. Saling rela antara dua belah pihak. Kerelaan antar dua belh pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya,
2. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad yang dilakukan oleh anak di bawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizin walinya, kecuali akad yang bernilai rendah seperti membeli embag gula, korek api dan lain-lain.
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya.
4. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka, tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan lain-lain.
5. Objek transaksi adalah barang yang biasa diserahterimakan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak dapat diserahterimakan.
6. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jeas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut dan\atau spesifikasi barang tersebut.
7. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli di mana penjual mengatakan: "Aku jual mobil ini

kepadamu dengan harga yang akan kita sepakati nantinya.<sup>14</sup>

**b. Rukun Murabahah**

1. Penjual (ba'i), yaitu pihak yang memiliki barang untuk dijual atau pihak yang ingin menjual barangnya. Dalam transaksi pembiayaan murabahah di perbankan syariah merupakan pihak penjual.
2. Pembeli (musytari) yaitu pihak yang membutuhkan dan ingin membeli barang dari penjual, dalam pembiayaan murabahah nasabah merupakan pihak pembeli.
3. Barang/objek (mabi') yaitu barang yang diperjual belikan. Barang tersebut harus sudah dimiliki oleh penjual sebelum dijual kepada pembeli, atau penjual menyanggupi untuk mengadakan barang yang diinginkan pembeli.
4. Harga (tsaman). Harga yang disepakati harus jelas jumlahnya dan jika dibayar secara hutang maka harus jelas waktu pembayarannya.
5. Ijab qabul (sighat) sebagai indikator saling ridha antara kedua pihak (penjual dan pembeli) untuk melakukan transaksi.

**c. Resiko Dalam Murabahah**

Dalam bukunya Muhammad Syafi'i Antonio (2001: 107) menjelaskan selain manfaat dalam murabahah, terdapat juga resiko yang harus diantisipasi, yaitu sebagai berikut:

- a. *Default* atau kelalaian, yaitu nasabah sengaja tidak membayar ansuran.

- b. *Fluktuasi harga komparatif*. Hal ini terjadi apabila harga suatu barang di pasar naik setelah bank membelikannya untuk nasabah, lembaga keuangan syariah tidak biasa mengubah harga jual beli tersebut.
- c. Penolakan nasabah, yaitu barang yang dikirim bias saja ditolak oleh nasabah karna berbagai sebab. Bias jadi rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya.
- d. Dijual, murabahah bersifat jual beli dengan uang muka ketika kontrak ditandatangani, barang itu milik nasabah.<sup>15</sup>

#### Landasan Syariah

##### 1. Al-Quran

Ayat-ayat Al-Quran yang secara umum membolehkan jual beli, diantaranya adalah firman Allah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا  
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah

---

<sup>15</sup> Sarip muslim, Akutansi Keuangan Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2015.  
hal 99

diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah:275)<sup>16</sup>.

Ayat ini menunjukkan bolehnya melakukan transaksi jual beli dan *murabahah* merupakan salah satu bentuk dari jual beli. Dan mengharamkan riba yang dimaksud dengan riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhli. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhli ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah. Maksudnya:

1. orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.
2. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.
2. Assunnah

Hadits dari riwayat Ibnu Majah, dari Syaib:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ  
الْبُرْكََةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ  
بِالشَّعِيرِ لِيَبَيْتَ لَا لِلْبَيْعِ. (رَوَاهُ ابْنُ مَاجَه)

"Tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkahan: menjual dengan pembayaran secara tangguh, *muqaradhah* (nama lain dari *mudharabah*), dan mencampur gandum

---

<sup>16</sup> QS. Al-Baqarah:275(Depak.RI.Hal 48)

dengan tepung untuk keperluan rumah dan tidak untuk dijual” (HR. Ibnu Majah).<sup>17</sup>

3. Al-Ijma

Transaksi ini sudah dipraktekkan di berbagai kurun dan tempat tanpa ada yang mengingkarinya, ini berarti para ulama menyetujuinya (Ash-Shawy, 1990., hal. 200.).

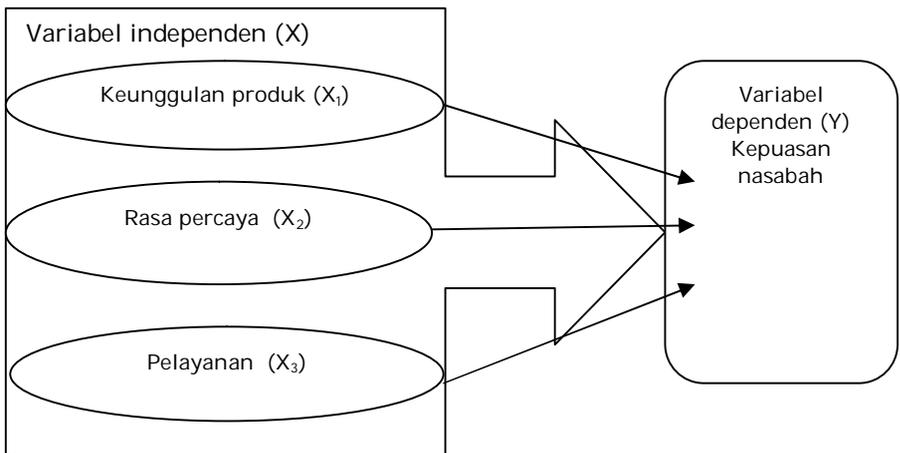
4. Kaidah *Fiqh*, yang menyatakan:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“ Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”<sup>18</sup>

d. Krangka konseptual.

Gambar krangka konseptual faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam murabahah berikut ini :



Keterangan:       $\longrightarrow$  : Hubungan secara parsial       $\Rightarrow$  : Hubungan secara simultan

<sup>17</sup> Ifi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi..... hal 144*

<sup>18</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah.....hal 104*

Gambar di atas menunjukkan adanya tiga unsur yang menjadi faktor utama sebagai pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Ketiga unsur ini terdiri dari keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan. Apabila salah satu diantara ketiga unsur ini dihilangkan maka akan sangat berpengaruh terhadap perubahann kepuasan nasabah, oleh sebab itu, suatu lembaga keuangan harus mampu menawarkan produk yang dimilikinya sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga tujuan lembaga dapat tercapai sesuai dengan rencana.

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan tujuan dan kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan, maka hipotesis yang akan diujikan kebenarannya secara empiris adalah:

Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh positif faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam murabahah pada BMT Al Hidayah Kotaraja.”

Ha : Diduga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam murabahah pada BMT Al Hidayah Kotaraja.

### **Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebgaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.<sup>19</sup> Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai

---

<sup>19</sup> Sugiono, *statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014, Hal.21

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam akad murabahah secara simultan dan parsial.

Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu suatu cara atau pendekatan dimana gejala yang diteliti tersebut dianalisis dengan bantuan statistik atau angka-angka dan bantuan komputer dengan program SPSS versi 20.0.<sup>20</sup>

### **Klasifikasi Variabel**

- a. Variabel bebas (*independent Variabel*) yaitu variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebasnya adalah Keunggulan produk ( $X_1$ ), Rasa percaya ( $X_2$ ) dan Pelayanan ( $X_3$ )
- b. Variabel terikat (*dependent Variabel*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh perubahan variabel lain. Dalam hal ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Variabel Y).

### **Definisi Operasional Variabel**

Untuk lebih jelasnya variabel yang dibutuhkan, maka definisi operasionalnya adalah sebagai berikut :

1. Keunggulan produk ( $X_1$ ) adalah dengan melakukan *diferensiasi* produk pada akad murabah tersebut harus lebih inovatif karna dimana ketika keunggulan suatu produk mempunyai kualitas yang tinggi maka akan terlihat kepuasan dari nasabah itu sendiri.
2. Percaya ( $X_2$ ), adalah sebagai kondisi psikologis yang terdiri dari niat/intensi untuk menerima kelemahan berdasarkan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku orang lain.

---

<sup>20</sup>Duwi Priyatno, Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2012, hal 111-114

3. Pelayanan (X3) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.
4. Kepuasan nasabah (Y) Yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang (nasabah) yang berasal dari keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan.

### Uji validitas dan Reabilitas

#### a. Uji validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus pearson product moment :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :  $r_{hitung}$  = Koefisien korelasi X = Skor item

Y = Skor total n = Jumlah responden

$\sum XY$  = Jumlah hasil perkalian variabel X dan Y

Dasar pengambilan keputusan jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir soal tersebut valid dan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir-butir soal tersebut tidak valid atau gugur.

#### b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah jika untuk mengetahui sejumlah mana hasil pengukuran hasil tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan

menggunakan alat pengukur yang sama pula. Perhitungan uji reliabilitas dengan Teknik Alpha Cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Dimana:  $r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrumen  
 $k$  = jumlah butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir  
 $\sigma t^2$  = varians total

Setelah  $r_{11}$  diperoleh kemudian dibandingkan dengan harga  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen atau angket tersebut reliabel dan sebaliknya. Dimana secara umum yang dianggap reliabel apabila nilai Alfa Cronbachnya  $>$  0,6.

### Teknik Pengumpulan Data

- a. Metode Kusioner (angket) disebut pula sebagai metode kusioner atau dalam bahasa inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.<sup>21</sup>
- b. Metode Wawancara dalam pengumpulan datanya, maka yang akan menjadi sumber datanya disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.<sup>22</sup>
- c. Metode Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat,

---

<sup>21</sup> H. M. Burhan Bungin, " *Metodologi Penelitian Kauntitatif Kouinikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya,*" hlm. 123.

<sup>22</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 107.

kabar, majalah, prasasti, natulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>23</sup>

### Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik Hasil hipotesis yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar tiga asumsi klasik yang mendasari klasik tersebut adalah sebagai berikut.<sup>24</sup>

b. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal Pengujian Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Z (K-S).

c. Uji autokorelasi

Bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diurutkan menurut waktu (*time series*) untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi dalam penelitian ini, maka digunakan uji DW dengan melihat koefisien korelasi DW tes.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Dr.H.Nur Asnawi dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. hlm. 163.

<sup>24</sup> Gujarati, Damodar. *Basic Economice*,(Singapure: 3<sup>rd</sup> Edition. Mc. Grav – Hill, Inc Singapura,1995)hal,228.

<sup>25</sup> Algifar. *Analisis Regresi Teori Kasus Dan Solusi*. (Yogyakarta: BPFE UGM,1997)hal,97.

Tabel Koefisien korelasi DW tes (Durbin Watson)

Durbin Watson	Kesimpulan.
Kurang dari 1,0	Ada autokorelasi
1,10 – 1, 54	Tidak ada kesimpulan
1,55 – 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,47 – 2,90	Tidak ada kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada autokorelasi.

d. Uji Multikolinieritas

Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilakukan uji *tolerance* dan *variance infation factor (VIF)*. Default SPSS bagi angka *tolerance* adalah 0,10 semua variabel yang akan di masukkan dalam perhitungan model regresi harus mempunyai toleransi diatas 1,00. Variabel tersebut telah di awali oleh variabel bebas yang mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar.<sup>26</sup>

e. Uji Heterokedastisitas

Gejala heterokedastisitas terjadi apabila distrubance untuk setiap observasi tidak lagi konstan tetapi bervariasi. Ada beberapa cara untuk menguji ada tidaknya situasi heterokedastisitas dalam varian error term untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode chart (*diagram scatterplot*). Dengan dasar pemikiran. Seperti :

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*poin-poin*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang

---

<sup>26</sup> Gujarati, Damodar. *Basic Econmice*,(Singapore: 3<sup>Rd</sup> Edition. Mc. Grav – Hill, Inc Singapura,1995)hal,228

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....

beraturan (*bergelombang, melebar, kemudian menyempit*) maka terjadi heterokedastisitas.

- b. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan ke bawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Linear Berganda. Suatu teknik yang bertujuan untuk mengetahui sumbangan atau pengaruh variabel-variabel independen terhadap dependen (Wirawan, 2002:293).

Regresi berganda digunakan karena terdapat dua variabel yaitu variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen), lalu akan dihitung dengan cara menghitung atau mencari nilai Y (dependen) yang lain berdasarkan nilai X yang sudah ada. Model matematis dari analisis regresi berganda (Sugiyono, 2006) adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana : Y = Variabel kepuasan nasabah

a = Konstanta

$X_{1,2,3,n}$  = Variabel bebas yaitu keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan

$b_{1,2,3,n}$  = Koefisien Regresi

e = Faktor pengganggu (error)

## Uji Hipotesis

Hipotesis di uji secara parsial dan secara simultan :

### A. Pengukuran secara parsial

Pengukuran dilakukan terhadap koefisien regresi dengan menggunakan *uji t*.

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$  :Berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- b.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$  :Berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- c. Menentukan tingkat signifikan sebesar 5%.
- d. Pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan tingkat signifikan (*sig.t*). masing-masing variabel bebas dengan taraf signifikan  $\alpha$  sebesar 5%. Apabila tingkat signifikan (*sig.t*)  $< \alpha$  yang telah ditentukan sebesar 5% maka  $H_a$  di terima. Sebaliknya apabila (*sig.t*)  $> \alpha$  sebesar 5% maka  $H_0$  di terima.

### B. Pengukuran Secara Simultan

Pengujian dilakukan terhadap koefisien regresi dengan pengujian *uji F*.

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : Berarti secara simultan terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- b.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$  :Berarti secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- c. Menentukan tingkat signifikan sebesar 5%.

- d. Pengambilan keputusan yaitu dengan melihat tingkat signifikan. Apabila tingkat signifikansi ( $\text{sig.f}$ )  $< \alpha$  yang telah ditentukan sebesar 5% maka  $H_a$  di terima. Sebaliknya apabila ( $\text{sig.f}$ )  $> \alpha$  sebesar 5% maka  $H_0$  di terima.<sup>27</sup>

## Hasil Penelitian

Salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap lembaga keuangan adalah meningkatkan kepuasan nasabah terutama dalam murabahah, oleh karena itulah dalam meningkatkan kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya pembiayaan murabahah dilakukan di BMT Al Hidayah Kotaraja. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam murabahah dapat di deskripsi jawaban responden mengenai harga, prodak/objek serta keunggulan produk, rasa percaya, dan pelayanan yang dapat dilihat pengujian berikut ini:

## Uji validitas dan reabilitas

### 1. Uji Validitas Data

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner. Suatu pernyataan dikatakan valid jika pernyataan tersebut mengungkapkan apa yang hendak diukurinya.

Penyebaran kuesioner dilakukan pada 50 orang orang nasabah pada perusahaan BMT Al Hidayah kotaraja, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 19 item pertanyaan, dimana seluruh item pernyataan valid dengan syarat  $r$  hitung  $> r$  tabel ( $\text{df}=50$ ; 0,05). Hasil penelitian menunjukkan validitas dari instrument yang digunakan untuk variabel  $x$  cukup memadai.

---

<sup>27</sup> Getut Premesti, *Aplikasi SPSS dalam Penelitian* ( Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2011) hal.12

Nilai  $r$  semua item pernyataan di atas, lebih besar dari  $r$  tabel yaitu 0,279.

Dengan demikian seluruh item pernyataan sebanyak 20 item pernyataan variabel X dan variabel Y dinyatakan valid.<sup>28</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas (keandalan) dilakukan setelah pengujian validitas dan hanya dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang valid. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 19 pernyataan yang valid, yang dapat diuji reliabilitasnya. pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik belah dua (Split Half). hasil uji reliabilitas diperoleh nilai alpha dari keseluruhan item pernyataan yaitu 0,583 dan nilai  $r$  tabel (0.279). maka seluruh item pernyataan dalam penelitian ini memenuhi syarat uji reliabilitas.<sup>29</sup>

### Uji asumsi klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Pengujian Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test* (K-S), Hasil pengujian bahwa secara keseluruhan terdapat nilai K-S sebesar 0,154 dengan Asymp-Sig sebesar 0,185. Maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas di ketahui nilai normal karna dimana nilai signifikansi  $0,185 > 0,05$

#### b. Uji Autokorelasi

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai *Durbin Watson* dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* (dl dan du). Kriteria jika  $du < d \text{ hitung} < 4-du$  maka tidak terjadi

---

<sup>28</sup> Ir. Syofian Siregar, M. M. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian* ( Jakarta: Kharisma Putra Utama Offest, 2011), hlm. 164.

<sup>29</sup> Ibid, hlm. 173.

autokorelasi. Uji *Durbin Watson* pada model sebesar 1.923, nilai *Durbin Watson*.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Dari hasil analisis pada data hasil penelitian Diperoleh variabel keunggulan produk nilai torelance sebesar 0,933, variabel rasa percaya nilai torelance sebesar 0,997 dan variabel pelayanan nilai torelance sebesar 0,936. Dimana nilai torelance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas pada model. Diperoleh variabel keunggulan produk nilai VIF sebesar 1.072, variabel rasa percaya nilai VIF sebesar 1.003 dan variabel pelayanan nilai VIF sebesar 1.068. dimana nilai VIF tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Tidak terjadi heterokedastisitas setelah diadakan pengujian karna datanya menyebar

### **Uji Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan regresi berganda dimana akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 1.5 dibawah ini:

Tabel regresi linear berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.836	6.800		1.299	.200
	keunggulan produk	.373	.156	.333	2.393	.021
	rasa percaya	.281	.254	.149	1.107	.274
	Pelayanan	.194	.206	.131	.940	.352

a. Dependent Variable:

kepuasan

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda pada table 1.5 di atas, dapat diketahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang dapat dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 8.836 + 0,373E-5X_1 + 0,281X_2 + 0,194X_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta atau koefisien a sebesar 8,836 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu keunggulan produk (x1), rasa percaya(x2) dan pelayanan nol(x3) diasumsikan bersifat konstan atau ceteris paribus, maka

akan menyebabkan kepuasan nasabah yang terjadi di BMT AL Hidayah sebesar 8,836 orang.

- b. Variabel keunggulan produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah dengan koefisien regresi yang nilainya positif sebesar **0,373** dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah pada BMT Al Hidayah kotaraja dengan tingkat keyakinan 95%. Hal ini memberi arti bahwa meningkatnya jumlah keunggulan produk rata-rata 1% (satu persen) akan menyebabkan meningkatnya keunggulan produk terhadap akad murabahah pada BMT Al Hidayah kotaraja secara signifikan sebesar rata-rata 0,373.
- c. Koefisien variabel rasa percaya memiliki nilai positif sebesar **0,281** dan berpengaruh signifikan terhadap rasa percaya terhadap kepuasan nasabah pada akad murabahah pada BMT Al Hidayah Kotaraja dengan tingkat keyakinan 95%. Hal ini memberi arti bahwa meningkatnya jumlah rasa percaya sebesar rata-rata 1% (satu persen) akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada akad murabahah secara signifikan sebesar rata-rata 0,281.
- d. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif kepuasan nasabah pada akad murabahah dengan koefisien regresi yang nilainya positif sebesar **0,194** dan berpengaruh signifikan terhadap pelayanan dalam kepuasan nasabah dalam akad murabahah pada BMT Al Hidayah Kotaraja dengan tingkat keyakinan 95%. Hal ini

memberi arti bahwa meningkatnya suatu pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai rata-rata 1% (satu persen) akan menimbulkan kepuasan nasabah pada akad murabahah secara signifikan sebesar rata-rata **0,194**.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 1.6 berikut :

**Table 1.6**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 <sup>a</sup>	.167	.112	1.915

a. Predictors: (Constant), pelayanan, rasa percaya, keunggulan produk

Hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.167. Hal ini memberi makna bahwa sebesar 16,7% variasi perubahan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah dalam akad murabahah di BMT Al Hidayah Kotaraja mampu dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya, sedangkan sisanya 83,3% dipengaruhi oleh variasi variabel lain yang tidak tercakup dalam model regresi. Nilai koefisien korelasi yang dihasilkan sebesar 0.408 yang berarti hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas sangat kuat dan positif.

### Uji F (Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi faktor-faktor (keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan) yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam murabahah. Kriteria pengujian Taraf uji signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 Dengan df 1 = 3 dan df 2 = n – k-1(50-3-1=46) maka Nilai F tabel menunjukkan 2,79.

**Tabel 1.7**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.729	3	11.243	3.064	.037 <sup>a</sup>
	Residual	168.771	46	3.669		
	Total	202.500	49			

a. Predictors: (Constant), pelayanan, rasa percaya, keunggulan produk

b. Dependent Variable: kepuasan

Uji simultan adalah suatu uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Berdasarkan pada tabel menunjukan bahwa nilai F-hitung sebesar (3,064) dan nilai signifikansinya sebesar 0,037, maka nilai f hitung dan F tabel 2.79 yaitu (3,064>2.79), dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel berdasarkan pada hal tersebut maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya secara simultan variabel keunggulan produk, rasa percaya, dan pelayanan,

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah.<sup>30</sup>

### Uji T (Signifikansi Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan uji t adalah pada tingkat signifikansi 0,05, jika signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan sebaliknya.

Hasil Uji-t dapat dilihat dari *output Coefficients*. Persamaan regresi yang didapat adalah:

1. Pengujian (H1); Hipotesis keunggulan produk ( $X_1$ ) Terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah (Y) dari hasil perhitungan t-hitung (2,393) > t-tabel (0,279) atau sig (0,021>0,05) dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  tolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *keunggulan produk* terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah. Adapun nilai "Positif" menunjukkan hubungan berbanding lurus variabel independen terhadap variabel dependennya.
2. Pengujian (H2); Hipotesis rasa percaya ( $X_2$ ) Terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah (Y) dari hasil perhitungan t-hitung (1,107) > t-tabel (0,279) atau sig (0,274>0,05) dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *rasa percaya* terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah. Adapun nilai "Positif" menunjukkan hubungan

---

<sup>30</sup> Ibid, hlm. 289.

berbanding lurus variabel independen terhadap variabel dependennya.

3. Pengujian ( $H_3$ ); pelayanan ( $X_3$ ) Terhadap kepuasan nasabah dalam akad murabahah ( $Y$ ) dari hasil perhitungan t-hitung ( $0,940$ )  $>$  t-tabel ( $0,279$ ) atau sig ( $0,352 < 0,05$ ) dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Adapun nilai "Positif" menunjukkan hubungan berbanding lurus variabel independen terhadap variabel dependennya.

## Kesimpulan

Penilaian nasabah dengan keunggulan produk, rasa percaya dan pelayanan dengan prinsip yang dilakukan oleh karyawan yang ada di BMT Al Hidayah Kotaraja, sebagian besar nasabah yang menilai bahwa produk, rasa percaya dan pelayanan keberpihakan yang diberikan BMT sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Dan sebagian besar mereka berpendapat bahwa *keunggulan produk* yang diberikan cukup puas karna mendapat porsi angket yang lebih besar dibandingkan yang lainnya sebagaimana hasil pengujian. Para karyawan cukup ramah pada mereka walaupun ada sebagian kecil nasabah yang merasa kurang nyaman/puas dengan pelayanan karyawan BMT Al Hidayah Kotaraja. Adapun hasil Pengujian secara (parsial) keunggulan produk ( $X_1$ ) dengan nilai t-hitung ( $2,393$ )  $>$  t-tabel ( $0,279$ ) atau sig ( $0,021 > 0,05$ ), Rasa percaya ( $X_2$ ) dengan nilai t-hitung ( $1,107$ )  $>$  t-tabel ( $0,279$ ) atau sig ( $0,274 > 0,05$ ). Pelayanan ( $X_3$ ) dengan nilai t-hitung ( $0,940$ )  $>$  t-tabel ( $0,279$ ) atau sig ( $0,352 < 0,05$ ) dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka

dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Untuk pengujian secara (simultan). Hasil penelitian menunjukkan F-hitung sebesar (3,064) sedangkan F tabel 2.79 yaitu (3,064>2.79), dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel berdasarkan pada hal tersebut maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima artinya secara simultan akad murabahah yang terdiri dari keunggulan produk(X<sub>1</sub>), rasa percaya(X<sub>2</sub>), dan pelayanan (X<sub>3</sub>) , memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan QS. Al-Baqarah:275*Depak.RI.  
Ascarya, *akad dan produk bank syariah*, PT Raja Grafindo Persada:  
Jakarta
- Algifar. *Analisis Regresi Teori Kasus Dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE  
UGM,1997
- Burhan Bungin, " *Metodologi Penelitian Kauntitatif*  
*Kouinikasi,Ekonomi,dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*  
*Lainnya*. Prenada Media. 2016
- Diana Iffi Nur, *Hadis-Hadis Ekonomi*, UIN-Maliki Press, Malang, 2012
- Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*.  
Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2012
- Fitri Nurhartati Dkk, *Koperasi Syari'ah*, Surakarta: PT. Era Intermedia,  
2008
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008
- Gunawan Indra. *Fiqh muamalah II*, Pancor, 2016
- Gujarati, Damodar. *Basic Economice*,Singapore. 3 Rd Edition. Mc. Grav –  
Hill, Inc Singapura,1995

- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004
- Mardani. 2012. *FiqhEkonomiSyariah*. Jakarta: Kencana.
- Muslim Sarif. *Akutansi keuangan syariah*. Pustaka Setia 2015
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011, Cet. 2, hlm. 171
- Premesti Getut, *Aplikasi SPSS dalam Penelitian*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2011
- Philip Kotler Dan dkk. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks. 2007
- Ridwan Muahammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwwil (BMT)*. Yogyakarta, UII Press Yogyakarta. 2005
- Rizal Fahlefi, *Ekonomi Mikro Islam*, Batusangkar: STAIN Batusangkar, 2008
- Supranto, Johanes. 2002. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Sugiono, *statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002
- Siregar Syofian. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offest, 2011