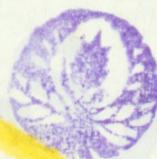


ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA
INDONESIA SYARIAH CABANG MALANG

S K R I P S I

Ditajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Oleh : No. 1002003
my

Hadiah
Pembelian
Tgl. 15 AUG 2003

SA
Klass
332
1VA
9

Yoyok Ivanto

NIM 990810201333

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2003

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH CABANG MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Yoyok Ivanto

N. I. M. : 990810201333

Jurusan : Manajemen

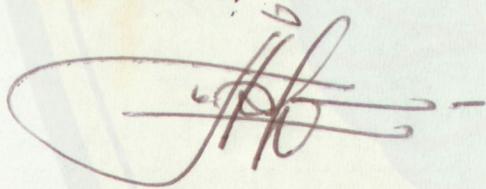
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

28 Juli 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

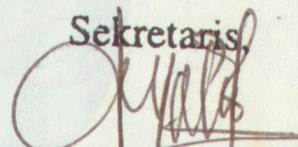
Ketua,



Drs. Sriono, MM
NIP. 131 624 476



Sekretaris,



Deasy W., SE, Msi
NIP. 132 258 071
Anggota,

Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 131 129 286

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Drs. H. Liakip, SU
NIP. 130 531 976

TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

Nama Mahasiswa : Yoyok Ivanto

N I M : 990810201333

Jurusan : Manajemen

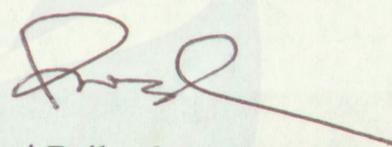
Konsentrasi : Pemasaran

Dosen Pembimbing I



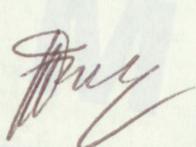
Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 131 129 286

Dosen Pembimbing II



Dewi Prihatini, SE, Msi
NIP. 132 056 181

Ketua Jurusan



Dra. Diah Yuli S, Msi
NIP. 131 624 474

MOTTO

“ Allah memusnakan riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafirannya yang selalu berbuat dosa “

(Q.S. Al-Baqoroh ; 276)

“ Dijadikan indah (pandangan) manusia kecintaan kepada segala yang diingini dari pada wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas dan perak, kuda pilihan, binatang ternak dan sawah ladang, itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah tempat kembali yang baik (surga) “

(Q.S. Al 'Imron : 14).

“ Sesungguhnya Allah tidak melihat kepada bentuk-bentuk kalian dan tidak pula melihat harta kalian, tetapi dia melihat kepada hati dan amal kalian “

(HR. Muslim)



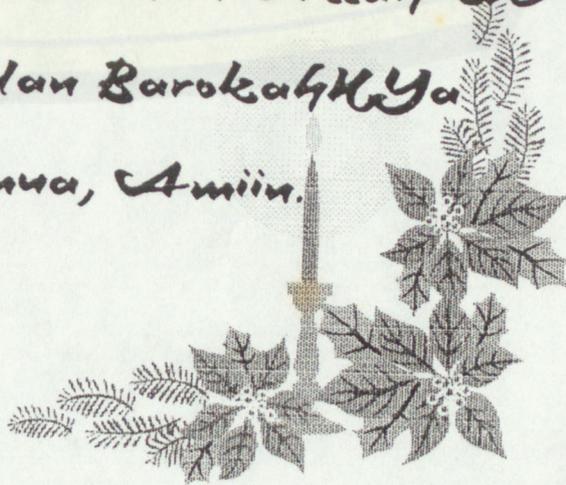
Skripsi ini ku persembahkan kepada :

Dinnul Islam yang selalu menjadi pegangan dan kontrol bagi hidup saya dari berbagai gelombang cobaan dan tantangan yang siap menghadang

Ibunda dan Ayahanda dengan segala curahan kasih sayang dan Iringan Do'a tiada pernah putus, mogah-mogahan Allah SWT memasukan dalam golongan orang yang beruntung (surga)

Saudara-saudaraku yang tersayang, Kakak Anam Ma'ruf, Kakak Ali Fatoni, Adik Dewi Ifana & Dewi Ifani, mogah tetap rukun dan Allah SWT memberikan Hikmat dan Barokahnya

Kepada Kita Semua, Amiin.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. Dzat, yang kepada siapa kita dan seluruh alam ini yang paling patut untuk disembah. Salawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW pembawa risalah Allah SWT, keluarga dan para sahabatnya yang telah mengorbankan seluruh waktunya semata-mata untuk berjuang di jalanNya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Proses skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dra. Diah Yuli.Setiarini., Msi selaku ketua Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. H. Suwardi, MM selaku Dosen Pembimbing I atas waktu serta perhatian yang telah diberikan selama membimbing tanpa mampu terbalas oleh penulis.
4. Dewi Prihatini, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, bimbingan serta petunjuk yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi penulis.
6. Bapak Syaiful Bahri selaku Pimpinan PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, Bapak Delyuzar Syamsi SE selaku Pimpinan Bidang Operasional dan Bapak Kismudianto, SE selaku Penyelia Kontrol Intern, Bapak Mariyono, Mbak Solfi serta seluruh staf dan karyawan/karyawati PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang dalam memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi dengan baik.
7. Bapak Murobbi yang telah memotivasi penulis dan sahabatku; Akh. Kris FKIP, Yudi FISIP, Andi FKG, Arif dan Condro PSPD mogah tetap militan.

8. Forum Studi Islam dan Lingkungan, (CIES) *Center For Islamic Studies* Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang telah membantu sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) – Daerah Jember Komisariat Satuan Ekonomi – Sastra (MITRA) Universitas Jember, antara lain; Akh Suparmono, Rama A, Topo H, Deni, Nasrul, Setyo, MS Arifin, Brillian, Akhwat-akhwatnya serta Mujahid Jalanan yang tidak mungkin penulis dapat menyebut semuanya yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan semangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga besar PPTQ Ibnu Mas'ud Universitas Muhammadiyah Jember yang diasuh Ust. La Ghoni dan Ust. Abu Hasanuddin, Spd yang telah menempah dan memotivasi penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karenanya penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas seluruh amal kebaikan yang telah diberikan, *Jazakumullah Khoiron Katsir*, Amin.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.1.1 Penelitian Marsu.....	5
2.1.2 Penelitian Abdul Rahman Kadir.....	5
2.1.3 Penelitian Iding Suherdi.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Jasa.....	9
2.2.2 Ruang Lingkup Jasa.....	9
2.2.3 Penentu Kualitas Jasa.....	10

2.2.4	Pengertian Kepuasan.....	14
2.2.4.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	15
2.2.4.2	Strategi Kepuasan Pelanggan	16
2.2.5	Pengertian Bank Syariah, Latar Belakang Pengembangan dan Perkembangan Bank Syariah Nasional.....	17
2.2.5.1	Pengertian Bank Syariah	17
2.2.5.2	Latar Belakang Pengembangan Perbankan Syariah..	19
2.2.5.3	Perkembangan Bank Syariah Nasional	20
2.2.6	Hipotesis.....	22
III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1	Rumusan Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1	Populasi.....	23
3.2.2	Sampel.....	23
3.3	Prosedur dan Metode Pengumpulan Data	24
3.3.1	Prosedur Pengumpulan Data.....	24
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.4	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	24
3.4.1	Identifikasi Variabel.....	24
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5	Skala Pengukuran	26
3.6	Metode Analisa Data	26
3.6.1	Uji Validitas.....	26
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.4	Uji F	29
3.6.5	Uji t	30
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah.....	31

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	33
4.1.2 Lokasi, Badan Hukum dan Status Kepemilikan	36
4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan PT BNI Syariah Cabang Malang	36
4.1.4 Struktur Organisasi PT BNI Syariah Cabang Malang, Tugas, Wewenang dan Tanggung jawab	38
4.1.5 Aspek Personalia.....	41
4.1.5.1 Jumlah Karyawan, Jam Kerja dan latar Belakang Pendidikan.....	41
4.1.5.2 Gaji dan Tunjangan	42
4.1.5.3 Progam Kesejahteraan karyawan dan Pengembangan Tenaga kerja.....	43
4.1.6 Aspek Pemasaran	44
4.1.6.1 Tujuan dan Sasaran Progam Pemasaran.....	44
4.1.6.2 Daerah Pemasaran dan Saluran Distribusi	45
4.1.6.3 Promosi.....	46
4.1.7 Produk-Produk pada PT BNI Syariah Cabang Malang.....	46
4.1.7.1 Produk Perhimpunan Dana.....	46
4.1.7.2 Produk Pembiayaan.....	53
4.1.7.3 Jasa-Jasa Perbankan Syariah.....	65
4.1.8 Syariah Production Counter	66
4.2 Karakteristik Responden	67
4.3 Metode Analisa Data	71
4.3.1 Uji Validitas	71
4.3.2 Uji Reliabilitas	72
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.4 Uji F	74
4.3.5 Uji t	75
4.3.6 Analisis Korelasi Parsial	79

4.4	Pembahasan.....	79
4.4.1	Interpretasi Variabel Pelayanan (X_1)	79
4.4.2	Interpretasi Variabel Fasilitas (X_2).....	79
4.4.3	Interpretasi Variabel Sistem Bagi Hasil (X_3).....	80
4.4.4	Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X_4).....	80
4.4.5	Interpretasi Uji F	80
4.4.6	Interpretasi Uji t.....	81
4.4.7	Interpretasi Analisis Korelasi Parsial.....	81
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran-Saran.....	83
	DAFTAR PUSTAKA.....	84



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah dan Distribusi Kantor Bank Syariah.....	21
Tabel 3.1 : Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan Dengan Reliabilitas Instrumen	28
Tabel 4.1 : Jumlah Karyawan PT BNI Syariah Cabang Malang Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
Tabel 4.2 : Jam Kerja pada PT BNI Syariah Cabang Malang.....	42
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	68
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah uang yang Tersimpan di PT BNI Syariah Cabang Malang.....	70
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	70
Tabel 4.7 : Validitas Instrumen Penelitian	72
Tabel 4.8 : Reliabilitas Instrumen Penelitian	73
Tabel 4.9 : Hasil Pengolahan Data	74
Tabel 4.10 : Rangkuman Hasil Analisis Regresi.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Konseptual Kualitas Jasa	14
Gambar 2.2 : Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah.....	31
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT BNI Syariah Cabang Malang.....	38
Gambar 4.2 : Saluran Distribusi Langsung	45
Gambar 4.3 : Saluran Distribusi Tidak Langsung.....	45
Gambar 4.4 : Skema Pembiayaan Murabahah	55
Gambar 4.5 : Skema Pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri.....	57
Gambar 4.6 : Skema Pembiayaan Musyarakah.....	60
Gambar 4.7 : Skema Pembiayaan Mudharabah	63
Gambar 4.8 : Kurve Normal Pengujian Hipotesis Dengan <i>F-test</i>	75
Gambar 4.9 : Kurve Normal <i>t-test</i> Variabel Pelayanan (X_1).....	77
Gambar 4.10 : Kurve Normal <i>t-test</i> Variabel Fasilitas (X_2).....	77
Gambar 4.11 : Kurve Normal <i>t-test</i> Variabel Sistem bagi hasil (X_3).....	78
Gambar 4.12 : Kurve Normal <i>t-test</i> Variabel Kualitas Produk (X_4)	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 : Rekapitulasi Data Mentah (<i>Raw Data</i>) Kuisisioner.....	91
Lampiran 3 : Daftar Tabel.....	97
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	101
Lampiran 5 : Hasil <i>Regression</i>	107
Lampiran 6 : Produk-Produk pada PT BNI Syariah Cabang Malang	111
Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian	117

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang “. Penelitian ini didasarkan pada data primer hasil penyebaran kuisioner dan juga didukung data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan besarnya faktor-faktor yang terdiri; pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sistem bagi hasil (X_3), kualitas produk (X_4) terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

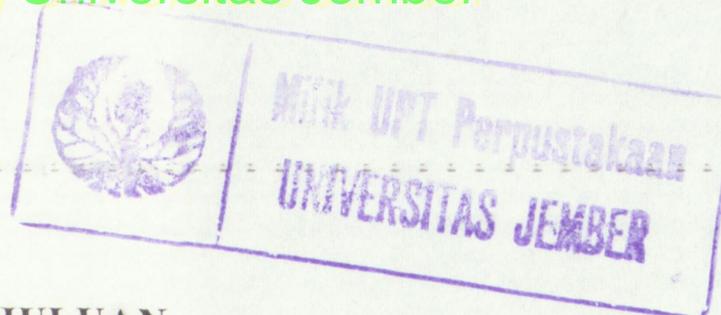
Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dan menggunakan skala likert, adapun sampel yang diambil sebanyak 70 responden.

Berdasarkan Hasil analisis menyatakan bahwa pengujian secara simultan dengan Uji F memperlihatkan variabel-variabel; pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sistem bagi hasil (X_3), kualitas produk (X_4) berpengaruh nyata, hal ini dapat diketahui dari nilai ($F_{hitung} > F_{tabel}$) yakni F hitung sebesar 27,327 dan F tabel sebesar 2,356 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,627. Hal ini berarti proporsi yang diberikan oleh variabel independen (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang) sebesar 62,7 %, sedangkan 37,3 % sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model persamaan regresi yang dibuat. Berdasarkan hasil Uji t diketahui bahwa variabel-variabel bebas yang berpengaruh secara parsial adalah variabel pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), yaitu t hitung untuk variabel pelayanan (X_1) sebesar 2,881, variabel fasilitas (X_2) sebesar 3,313, variabel sistem bagi hasil (X_3) sebesar 4,152 dan t tabel sebesar 1,997, namun untuk variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan, yakni dapat diketahui dari nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$; 1,600 < t tabel; 1,997).

Kesimpulan yang didapat dari penelitian adalah menerima hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa variabel-variabel bebas (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Menolak hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa variabel pelayanan (X_1), variabel fasilitas (X_2), variabel sistem bagi hasil (X_3) dan variabel kualitas produk (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Menerima hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel sistem bagi hasil (X_3) merupakan variabel yang paling kuat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,458.



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Paket kebijakan yang dikeluarkan pemerintah pada Oktober 1988 merupakan salah satu kebijakan yang telah memberikan kemudahan bagi pendirian bank di Indonesia. Akibatnya, setelah kebijakan itu dikeluarkan dan ditindaklanjuti oleh para pelaku bisnis dan otoritas moneter, perkembangan sektor perbankan berlangsung begitu cepat tanpa disertai infrastruktur pendukung yang memadai, seperti kebijakan, arah kegiatan usaha dan ketersediaan sumber daya manusia yang profesional.

Masa subur pertumbuhan perbankan nasional akhirnya diguncang krisis moneter yang menimpa Indonesia menyebabkan guncangan hebat seluruh sendi perekonomian Indonesia, mulai 1997. Jatuhnya nilai rupiah langsung merevaluasi seluruh posisi valuta asing perbankan baik aset maupun kewajibannya sehingga memaksa Bank Indonesia turun tangan dengan talangan Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI) yang sangat besar ke sektor perbankan.

Berlarut-larutnya krisis ekonomi, bahkan berubah menjadi krisis politik, semakin memperbesar ketidakpastian pemulihan ekonomi. Kebijakan tingkat bunga yang tinggi yang ditujukan untuk mengendalikan laju uang yang beredar dan stabilitas nilai tukar mata uang dalam negeri malah menjadi bumerang yakni menimbulkan *negatif spread* yang menguras permodalan sehingga mempercepat runtuhnya perbankan, dan pada akhirnya bank-bank yang “*meminum*” dana Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI) dan tidak mampu membayar diambil alih oleh atau dibekukan karena tidak mampu memenuhi syarat kecukupan modal (CAR). Pada bulan Maret 1999 sebanyak 38 bank dibekukan operasinya, 9 bank diambil alih (Bank Indonesia, 2001).

Ditengah kenyataan itu, amat terasa diperlukannya reorientasi atau bahkan perubahan paradigma dan dasar-dasar filosofis serta etika yang melandasi operasi perbankan di Indonesia. Hal ini, mengingat fakta praktek perbankan yang berbasis bunga (*Interest Base Banking Practices*) telah kehilangan kemampuan dalam menghadapi krisis.

Awal berdirinya Bank Islam dimulai di Mesir dengan nama Mith Ghamr pada tahun 1963, kemudian untuk meningkatkan peranannya maka didirikan satu lagi pada tahun 1973 dengan nama Nasir Social Bank. Tidak lama kemudian Arab Saudi turut mengembangkan peranan perbankan Islam dengan nama Islamic Development Bank, sedangkan untuk mengimbangi bank dunia konvensional maka didirikan Darul Mal Al Islami (DMI), Al Barakah, Al Rajhi, dan Kuwait Finance House. Secara ringkas negara-negara yang sudah memiliki bank Islam, meliputi: Pakistan, Bahrain, Kuwait, Dubai, Saudi Arabia, Iraq, Iran, Jordan, Palestina, Libanon, Malaysia, Indonesia, Bangladesh, Turki, Albania dan Brunei.

Menurut Undang-undang No. 7 tahun 1992 yang diubah menjadi Undang-undang No 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (pasal 1 ayat 1) kemudian ayat 2 menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Undang-undang No 10 tahun 1998 juga mempertegas eksistensi prinsip usaha bank yang berlandaskan syariah, yaitu dalam ayat 3 yang berbunyi “ Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu-lintas pembayaran”.

Berdasarkan statistik perbankan syariah Oktober dari Bank Indonesia, jumlah bank syariah di Indonesia sampai akhir Oktober 2002 tercatat, terdapat 2 bank umum syariah yakni Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri, dan 6 bank umum yang membuka unit syariah antara lain; BNI Syariah, Bank IFI Syariah, BRI Syariah, Danamon Syariah, BPD Jabar Syariah, Bukopin Syariah serta 83 Bank Perkreditan Rakyat Syariah.

Kehadiran perbankan syariah bukanlah semata-mata untuk mengakomodasi kepentingan penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, namun telah terbukti keunggulannya dan lebih kebal terhadap krisis.

Seiring dengan itu, telah tumbuh sebuah kecenderungan spiritual yang mulai melihat mudharatnya sistem bunga (*Interest Rate Banking*).

Dalam kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat di sektor perbankan baik dengan sesama perbankan yang berbasis syariah maupun perbankan konvensional, yang harus diprioritaskan adalah kepuasan nasabah harus tetap terjaga dan lebih ditingkatkan secara terus-menerus agar dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar.

1.2 Perumusan Masalah

BNI Syariah adalah pemain baru di bisnis perbankan syariah. Berdiri pada tanggal 29 April 2000, dengan mengikuti aturan perbankan 1998 yang memungkinkan bank beroperasi dengan dua sistem. Selain itu BNI Syariah hendak menjemput peluang pasar yang besar di sektor syariah melalui penggalangan dana yang mengandalkan jaringan luas dan kecanggihan teknologi “saudara tuanya”-nya, Bank BNI.

Untuk memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin bertransaksi syariah, maka dioperasikan *Syariah Product Center* yang menyediakan transaksi *online* dan seluruh cabang konvensional BNI juga dapat melayani transaksi nasabah syariah dengan menyediakan kode-kode khusus untuk setiap transaksi.

Kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah menjadi topik yang hangat dibicarakan pada industri dan perusahaan. Kepuasan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki oleh nasabah sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan tolok ukur daya saing perusahaan. Nasabah memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi nasabah perusahaan pesaing. Nasabah adalah konsumen yang tidak terikat sehingga apabila dia tidak memperoleh kepuasan maka akan berpindah kepada perusahaan yang memberikan nilai tambah bagi nasabah itu sendiri. Perusahaan harus terus meningkatkan kepuasan nasabah dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar mengetahui atribut-atribut dari suatu produk yang bisa membuat nasabah puas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pokok permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. apakah terdapat pengaruh antara faktor-faktor yang meliputi; pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Malang ?
2. seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang meliputi; pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Malang ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian:

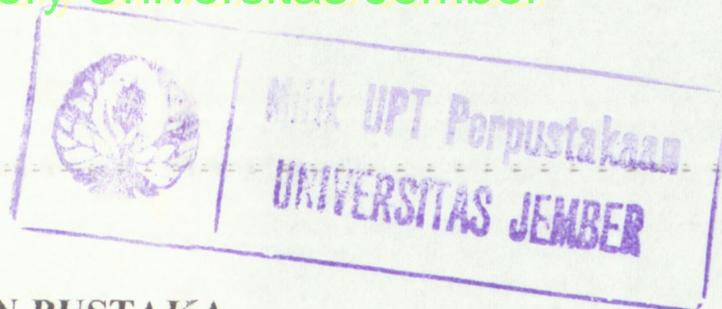
1. untuk mengetahui ada/tidaknya pengaruh faktor-faktor yang meliputi; pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Malang.
2. untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor-faktor yang meliputi; pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Malang.

1.3.2 Kegunaan penelitian:

1. sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen BNI Syariah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dari perbankan yang berlandaskan prinsip syariah.
2. untuk mengetahui potensi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah.
3. memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai bermuamalah yang sesuai dengan syariah.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka dalam pembahasan perlu adanya batasan, yaitu penelitian ini hanya mengambil sampel pada responden/nasabah untuk produk tabungan dan deposito.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Penelitian Marsu (1998)

Penelitian ini berjudul "Analisis Kepuasan Penabung Terhadap Atribut-Atribut Bank Pemerintah (Studi kasus di Kotamadya Tarakan)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan penabung terhadap atribut-atribut Bank Pemerintah di Kotamadya Tarakan, dengan menggunakan peralatan analisis *Chi-Square* pada tingkat kepercayaan 99 % hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa atribut-atribut Bank Pemerintah yang terdiri dari: lokasi, promosi, partisipan dan fasilitas bank memiliki perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan penabung yang dibagi tiga kelompok usia yaitu: kelompok usia muda, sedang dan tua.

Persamaan dengan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengukur variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap suatu produk.

Sedangkan perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. obyek penelitian ini adalah di PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.
2. jenis populasi dan sampel.
3. metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

2.1.2 Penelitian Abdul Rahman Kadir (1999)

Penelitian yang dilakukan ini berjudul "Komitmen manajemen bank terhadap pemberdayaan karyawan dan pengaruh terhadap kepuasan kerja dan tingkat kepuasan nasabah" (studi pada bank cabang milik pemerintah dan bank cabang milik swasta). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji faktor-faktor hubungan pimpinan cabang dan karyawan dalam proses penyampaian jasa dengan nasabah dan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Konsep yang dilakukan pada penelitian ini adalah konsep tentang manajemen kontrak antara pelanggan dan karyawan yang dikembangkan oleh Hart line dan Ferrel, serta konsep tentang bagaimana mengukur kepuasan konsumen di Amerika Serikat dari Fornel, Johnson, Anderson, Cha dan Bryant (1996) dan konsep persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang dikemukakan Zeithaml dan Bitner. Pengambilan sampel dengan menggunakan cara sampling sebanyak 40 responden pimpinan cabang, 126 responden nasabah dan 192 orang responden karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan. Teknik analisa yang digunakan adalah analisa jalur dengan menggunakan program SPSS Versi 10.0 dan LISREL VIII.3 dengan pendekatan statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank swasta jauh lebih memuaskan dibandingkan bank milik pemerintah dalam hal keakuratan informasi saldo, keakuratan catatan transaksi, prosedur penyelesaian produk yang tidak berbelit-belit, perlakuan terhadap nasabah yang tidak diskriminatif dan kemampuan *customer service* memberikan informasi yang akurat dan memuaskan.

Persamaan dengan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengukur variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap suatu produk.

Sedangkan perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. obyek penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.
2. jenis populasi dan sampel.
3. metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

2.1.3 Penelitian Iding Suherdi (2001)

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “ Faktor-faktor yang membentuk dimensi kualitas jasa dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Jepang “ X” di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk dimensi kualitas jasa menurut nasabah pada Bank Jepang “X” di

Jakarta dan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Jepang "X" di Jakarta serta untuk menyusun strategi pemasaran pada Bank Jepang "X" di Jakarta.

Obyek penelitian ini adalah nasabah Bank Jepang "X" di Jakarta dengan hipotesis yang di uji sebagai berikut :

1. faktor ke-1 sampai ke-n membentuk dimensi kualitas jasa (menurut nasabah) pada Bank Jepang "X" di Jakarta.
2. apakah variabel-variabel X_1 (ketrampilan kerja), X_2 (kepercayaan), X_3 (kenyamanan), X_4 (petugas dan manajemen), X_5 (produk), X_6 (komitmen), X_7 (konsistensi pelayanan), X_8 (layout Counter), X_9 (teller), X_{10} (lokasi strategis), X_{11} (kejujuran manajemen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Jepang di Jakarta.
3. apakah variabel-variabel X_1 (ketrampilan kerja), X_2 (kepercayaan), X_3 (kenyamanan), X_4 (petugas dan manajemen), X_5 (produk), X_6 (komitmen), X_7 (konsistensi pelayanan), X_8 (layout Counter), X_9 (teller), X_{10} (lokasi strategis), X_{11} (kejujuran manajemen) secara sendiri-sendiri/parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Jepang "X" di Jakarta.

Untuk membuktikan hipotesis maka digunakan dua teknik analisis yaitu : analisis faktor dan analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan analisis faktor, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 variabel terbentuk faktor baru :

1. faktor ketrampilan kerja (X_{16} = Keramahan customer service (0,876), X_9 = Ketrampilan petugas teller (0,808), X_{19} = kecepatan costomer service (0,784), X_{18} = Petugas kredit bermasalah (0,566)).
2. faktor kepercayaan (X_{28} = transaksi *on line* (0,825) dan X_{24} = kesalahan posting (0,774)).
3. faktor kenyamanan (X_{14} = bertemu pihak berwenang (0,663), X_{27} = *air condition* (0,658)).
4. faktor petugas dan manajemen (X_7 = ketrampilan petugas *back office* (0,808) dan X_{17} = kepekaan manajemen (0,611)).

5. faktor produk (X_{11} = Sistem informasi/data base (0,749), X_{25} = kebutuhan produk kredit (0,633)).
6. faktor komitmen (X_{21} = komitmen manajemen (0,760) dan X_{23} = keamanan transaksi (0,665)).
7. faktor-faktor konsistensi pelayanan (X_2 = konsistensi pelayanan (0,727) dan X_6 = operator (0,710)).

Sedangkan untuk analisis Regresi Linier Berganda berdasarkan hasil uji t dan Uji F maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel X_1 sampai X_{11} secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y (loyalitas) nasabah Bank Jepang "X" di Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel F hitung : $11,855 > F_{tabel} : 1,799$.
2. menolak hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel X_1 sampai X_{11} berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) loyalitas nasabah Bank Jepang di Jakarta. Karena variabel yang signifikan hanyalah variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_{10} .

Persamaan dengan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengukur variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap suatu produk.

Sedangkan perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. obyek penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.
2. jenis populasi dan sampel.
3. metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini tidak menggunakan analisa faktor untuk menentukan faktor-faktor yang akan diambil sebagai variabel bebas.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Jasa

Definisi jasa yang baik perlu didukung dengan pengertian mengenai jasa itu sendiri, aspek-aspek yang menciptakan peluang pemasaran jasa, serta isu-isu strategis yang perlu diperhatikan oleh para penyedia jasa serta elemen-elemen yang mengisi sistem dan bauran pemasaran jasa.

Sejumlah ahli telah berupaya untuk merumuskan pengertian jasa yang konklusif, namun sampai sekarang belum ada satu pun definisi yang diterima secara bulat.

Adapun pengertian jasa menurut Kotler, Philip (1995:464).

A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or may not be tied to physical product.

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya yang sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan pihak produsen.

Walaupun demikian menurut mereka wujud jasa bisa saja mencakup laporan akhir yang *tangible* berupa materi-materi instruksional untuk melakukan training karyawan, misalnya jasa perbankan, jasa dokter, jasa konsultan dan sebagainya.

2.2.2 Ruang Lingkup Jasa

Menurut Kotler, Philip (1995:148) karakteristik jasa dapat diartikan.

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu yang bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa ditentukan oleh suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

2.2.3 Penentu Kualitas Jasa

Untuk mendiferensiasikan sebuah organisasi jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai, menurut Ziethami *et.al.* dalam Umar (2001:38).

a. *Reability*

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

b. *Responsiveness*

Respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi; kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan/nasabah.

c. *Assurance*

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan penggabungan dari dimensi:

tentang kualitas jasa macam apa yang sebenarnya diharapkan konsumen akibat desain dan standar jasa yang disampaikan menjadi tidak laik, sehingga perusahaan tidak dapat memperlihatkan unjuk kerja seperti yang dijanjikan pada konsumen. Jadi gap harapan konsumen dengan persepsi manajemen merupakan sumber munculnya gap-gap yang lain.

2. gap antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa

Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik. Gap ini muncul karena para manajer menetapkan spesifikasi kualitas jasa berdasarkan apa yang mereka percaya sebagai yang diinginkan konsumen. Padahal pendapat mereka belum tentu benar, akibatnya jasa lebih menekankan pada kualitas teknis saja, sementara kenyataan hal yang dianggap penting oleh konsumen adalah kualitas yang berkaitan dengan penyajian jasa. Akar dari gap ini adalah bahwa tidak ada interaksi langsung antara manajemen dengan konsumen, keengganan untuk menanyakan harapan konsumen dan ketidakpastian manajemen dalam mengkomunikasikan keduanya.

3. gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar. Gap ini muncul pada jasa yang sistem penyampaiannya sangat tergantung pada karyawan. Persepsi yang akurat tentang harapan konsumen memang penting, tetapi belum cukup menjamin kualitas penyajian jasa yang terbaik. Upaya untuk menjamin bahwa spesifikasi kualitas akan terpenuhi apabila jasa memerlukan unjuk kerja dan penyajian yang segera begitu konsumen hadir di tempat jasa yang diproses, adalah hal yang sulit. Para manajer mengalami kesulitan dalam menerjemahkan pengalaman mereka terhadap harapan konsumen ke dalam spesifikasi kualitas jasa. Oleh karena itu syarat lain yang harus dipenuhi adalah diciptakannya desain dan standar unjuk kerja jasa yang mencerminkan persepsi yang akurat tentang harapan konsumen.

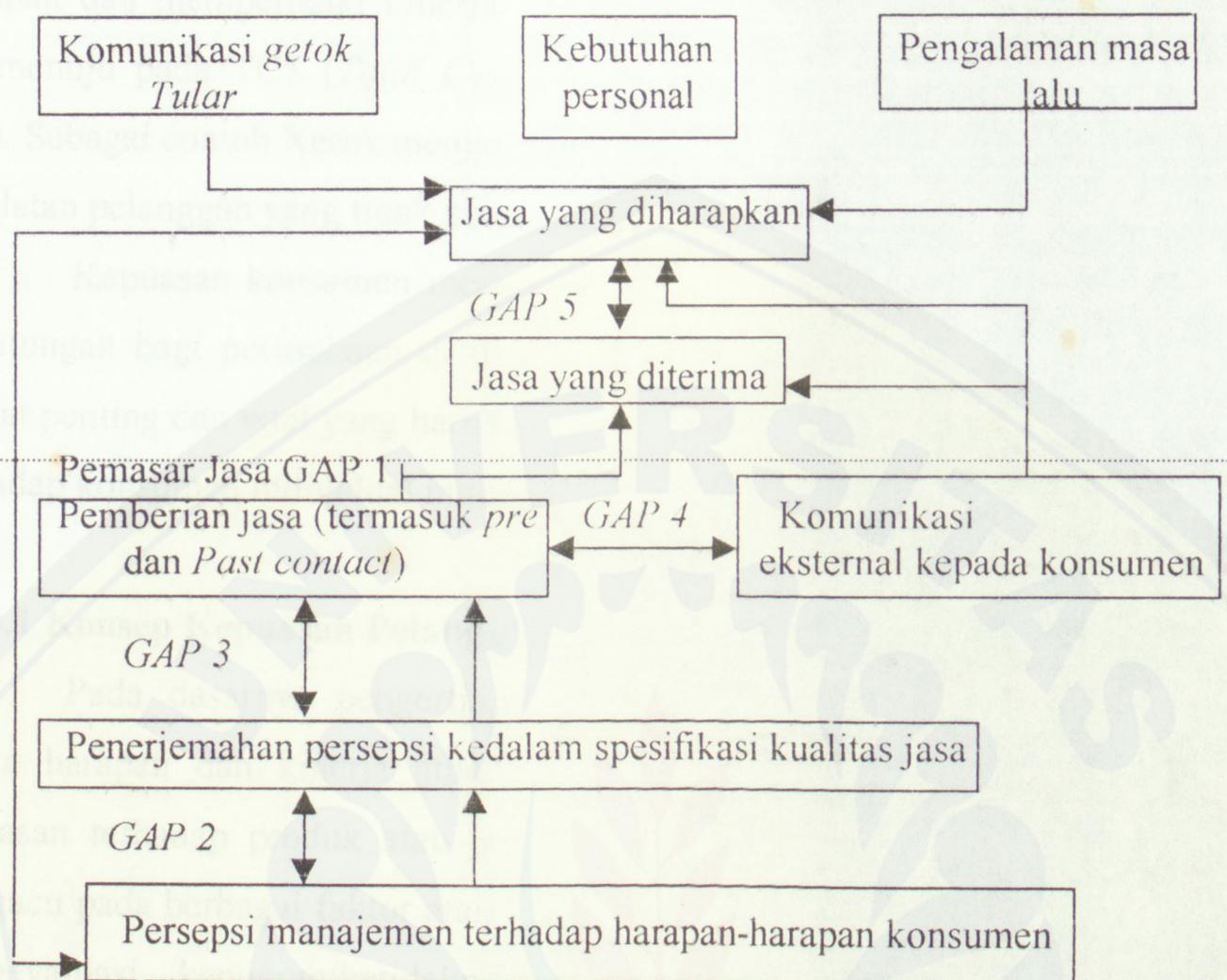
4. gap antara penyampaian jasa aktual dan komunikasi eksternal kepada konsumen.

Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa. Jasa yang disampaikan mungkin secara potensial bukan hanya meningkatkan harapan yang akan dijanjikan sebagai standar kualitas jasa yang akan diterima konsumen, akan tetapi juga akan meningkatkan harapan yang akan dijanjikan sebagai standar kualitas.

5. gap antara jasa yang diharapkan dan jasa aktual yang diterima oleh konsumen. Gap ini mencerminkan perbedaan antara unjuk kerja aktual yang diterima konsumen dan unjuk kerja yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan kepuasan konsumen unjuk kerja faktual lebih besar dari harapan mencerminkan bahwa konsumen berada pada keadaan terpuaskan dan sebaliknya.

Penerapan pola karyawan yang tepat memerlukan pengetahuan mengenai beberapa perbedaan persepsi dan tanggapan konsumen, kriteria kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada mereka/nasabah sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan konsumen. Kesesuaian dengan harapan atau melebihi perkiraan perusahaan inilah disebut dengan kualitas.

Apabila kesenjangan-kesenjangan tersebut dibuat menjadi lebih searah maka kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dapat diwujudkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat model gap kualitas jasa dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Model Konseptual Kualitas Jasa

Sumber : Diadopsi dari Yazid (1999)

2.2.4 Pengertian Kepuasan

Konsumen biasanya menghadapi jajaran produk dan jasa beraneka rupa yang dapat memuaskan kebutuhan tertentu. Bagaimana mereka memilih diantara banyak produk dan jasa ini. Kotler dan Amstrong (1997:10) mendefinisikan:

“Kepuasan adalah suatu proses yang bergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Pembeli merasa puas, bila prestasi melebihi harapan maka pembeli merasa amat puas”. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja ada di bawah harapan ($\text{kinerja} < \text{harapan}$) pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan ($\text{kinerja} = \text{harapan}$) pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan ($\text{kinerja} > \text{harapan}$) maka pelanggan amat puas atau senang.

Beberapa perusahaan paling berhasil di masa kini sedang meningkatkan harapan dan memperbaiki kinerja untuk memenuhinya. Perusahaan-perusahaan ini menuju pada TCS (*Total Customer Satisfaction*) atau kepuasan pelanggan total. Sebagai contoh Xerox menjamin (kepuasan total) dan akan mengganti setiap peralatan pelanggan yang tidak puas selama tiga periode setelah pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan suatu alat pemicu untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan di masa mendatang, dan juga suatu langkah yang sangat penting dan vital yang harus diperhatikan oleh perusahaan baik pemenuhan terhadap konsumen individual maupun pada level mikro dan makro ekonomi.

2.2.4.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan/ketidakpuasan terhadap suatu produk manufaktur (Tjiptono, 1997:25).

1. Kinerja (*performance*) karakteristik pokok dari suatu produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Keandalan (*realibity*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Servicebility*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

2. *Superior Customer Service*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada yang diberikan oleh pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang tidak pernah cepat puas dengan hasil yang hasil dicapai.

3. *Unconditional Guarantee*

Strategi yang merupakan peningkatan kepuasan pelanggan, perusahaan jasa harus dapat mengembangkan terhadap *Core service*-nya, misalnya dengan merancang garansi tertentu atau membuat pelayanan purnajual. Garansi ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. garansi internal, yaitu jaminan atau janji yang diberikan suatu departemen atau divisi kepada pelanggan internalnya, yakni pemrosesan lebih jauh dan setiap orang yang memanfaatkan hasil/jasa departemen tersebut.
- b. garansi eksternal, merupakan jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada para pelanggan eksternalnya, yakni orang yang membeli dan menggunakan jasa perusahaan.

4. Penanganan keluhan yang efektif

Penanganan keluhan yang baik, dengan memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas (atau bahkan menjadi pelanggan “abadi”).

2.2.5 Pengertian Bank Syariah, Latar Belakang Pengembangan dan Perkembangan Bank Syariah Nasional

2.2.5.1 Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang tidak menggunakan sistem kerja sebagaimana bank umum konvensional. Bank syariah beroperasi dengan menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan bank konvensional beroperasi berdasarkan sistem bunga. Bank syariah di Indonesia masih relatif baru, muncul sekitar tahun 1990, sehingga pengenalan masyarakat terhadap bank syariah masih relatif dangkal. Berdasarkan pertimbangan bahwa bank syariah secara relatif

masih belum dikenal oleh masyarakat, maka perlu dikaji tentang pengertian bank syariah dan prinsip apa saja yang diterapkan oleh bank syariah.

Bank syariah adalah bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islami, yakni mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadist. Pengertian bermuamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat. Bank syariah beroperasi dalam proses penghimpunan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dengan berdasarkan prinsip-prinsip yang telah ditentukan oleh Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Pengertian ini sesuai dengan pengertian bank syariah sebagaimana termaktub dalam UU Nomor 10 tahun 1998 pasal 1 sebagai berikut:

“ Aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina) ”.

Istilah bank syariah seringkali disebut dengan bank Islam. Walaupun secara literal istilah Islam dan syariah memiliki pengertian yang berbeda, tetapi secara teknis untuk penyebutan bank syariah dan bank Islam mempunyai pengertian yang sama. Konteks kemunculan bank syariah berhubungan dengan larangan Al-Qur'an untuk melakukan praktek riba.

2.2.5.2 Latar Belakang Pengembangan Perbankan Syariah

Perkembangan perbankan syariah di berbagai belahan dunia didorong oleh dua alasan utama yaitu:

1. adanya kehendak sebagian masyarakat untuk melaksanakan transaksi perbankan atau kegiatan ekonomi secara umum yang sejalan dengan nilai dan prinsip syariah, khususnya bebas riba.
2. adanya keunggulan sistem operasional dan produk perbankan syariah yang antara lain mengutamakan pentingnya masalah moralitas, keadilan dan transparansi dalam kegiatan operasional perbankan syariah.

Kedua alasan tersebut juga berlaku di Indonesia, di samping beberapa alasan pertimbangan lainnya, seperti keinginan untuk meningkatkan mobilisasi dana masyarakat yang belum terserap ke sektor perbankan, meningkatkan ketahanan sistem perbankan nasional dan menyediakan sarana bagi investor untuk melaksanakan kegiatan pembiayaan dan transaksi keuangan di Indonesia yang sesuai dengan prinsip syariah.

Atas dasar pertimbangan tersebut di atas maka sejak tahun 1992 di Indonesia mulai dikembangkan perbankan syariah nasional ketika itu adalah undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Pada tahun 1998, pemerintah dan DPR melakukan penyempurnaan undang-undang perbankan tersebut menjadi undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang didalamnya diatur mengenai perbankan syariah dengan lebih jelas.

Secara tegas undang-undang perbankan yang baru tersebut menjelaskan bahwa dalam perbankan Indonesia terdapat dua sistem (*Dual Banking System*) yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Pelaksanaan pengaturan dan pengembangan perbankan syariah oleh Bank Indonesia, selain dalam rangka memenuhi amanat undang-undang perbankan tersebut juga diatur dalam undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia selaku otoritas perbankan perlu mempersiapkan perangkat peraturan dan fasilitas penunjang yang mendukung operasional bank syariah. Oleh karena itu program pengembangan perbankan syariah nasional secara legal jelas dasar hukumnya.

Tabel 1.1 Jumlah dan Distribusi Kantor Bank Syariah (November 2001)

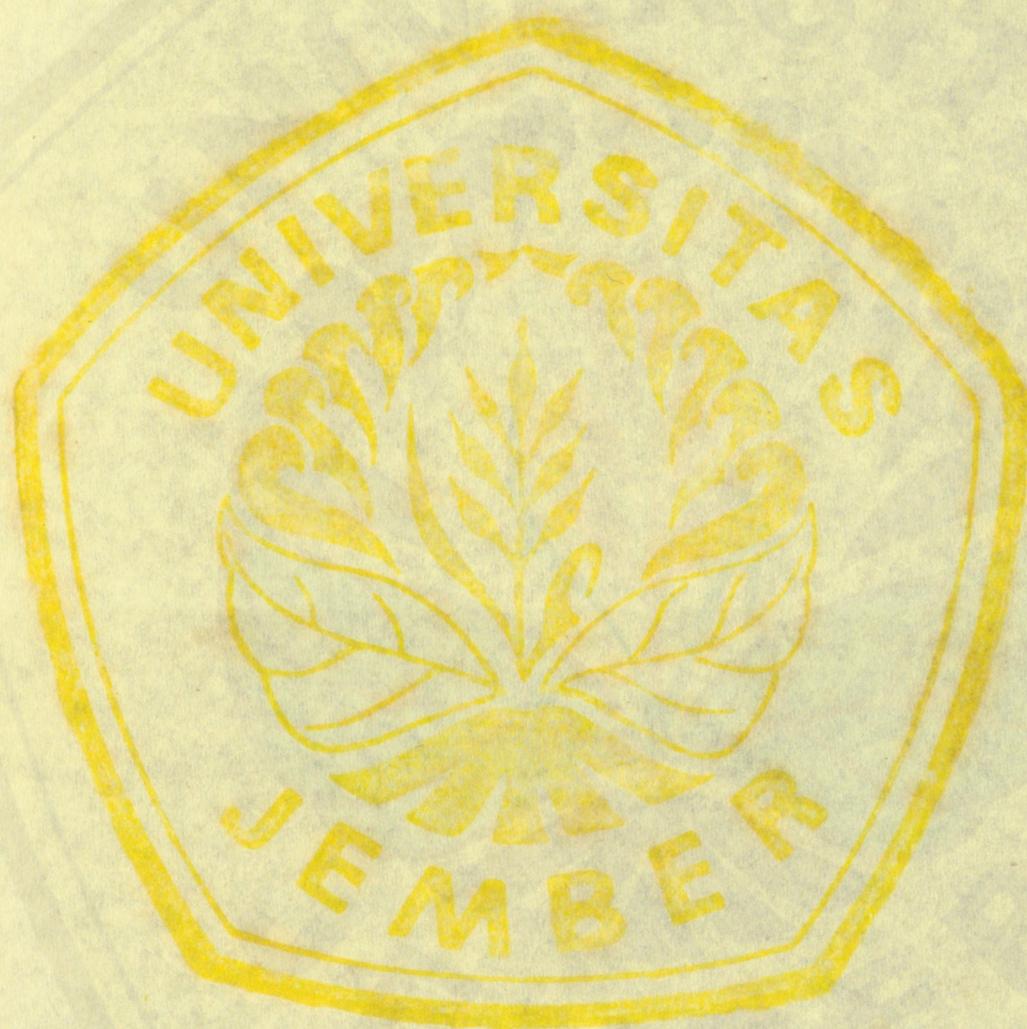
Bank	Jumlah Kantor				Distribusi Jaringan Kantor
	KPO	KC	KCP	KK	
PT.Bank Muamalah Indonesia, Tbk	1	13	3	27	Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Makasar, Balikpapan, Medan, Pekanbaru, Pekalongan
PT.Bank Syariah Mandiri	1	19	-	-	Aceh, Jakarta, Medan, Bandung, Surabaya, Solo, Pekalongan, Pamekasan, Makasar, Bogor, Banjarmasin, Malang Pekanbaru, Palembang,
PT.BNI Syariah	1	9	-	-	Jakarta, Yogyakarta, Jepara, Pekalongan, Malang, Padang Banjarmasin,
PT.Bank IFI	1	1			Jakarta
BPD Jawa Barat	1	1			Bandung
BPR Syariah	81 BPR Syariah				18 Propinsi

Sumber: Bank Indonesia, 2001

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang secara formal dimulai sejak tahun 1992, hingga saat ini meskipun pangasanya masih relatif kecil namun dari sisi laju pertumbuhan relatif cukup pesat. Memang pada tahun 1992 sampai dengan 1998 terjadi perkembangan yang lambat. Baik dari sisi jumlah kantor bank syariah maupun indikator perbankan lainnya. Hal ini antara lain disebabkan oleh beberapa hal antara lain:

1. masih kurangnya pemahaman dan banyaknya terdapat kesalahpahaman masyarakat mengenai bank syariah.
2. belum lengkapnya ketentuan perbankan, instrumen moneter dan pasar keuangan yang mendukung operasional bank syariah.
3. terbatasnya jumlah dan distribusi jaringan kantor bank syariah.
4. kurangnya sumber daya manusia dan tenaga ahli dalam mendukung pengembangan bank syariah.

Berbagai kendala tersebut telah mulai diatasi dengan melakukan program pengembangan yang bersungguh-sungguh, terutama sejak dikeluarkannya undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Langkah-langkah



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rumusan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yakni untuk mengetahui persepsi, sikap dan perilaku dan dianggap sesuai untuk jenis penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang didukung dengan studi kepustakaan. Sedangkan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder untuk mendukung hasil penelitian.

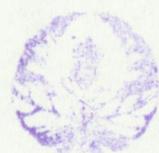
3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit yang ciri-cirinya diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi dari obyek penelitian. Sedangkan metode penarikan sampel dilakukan dengan metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*, artinya nasabah yang bisa ditemui di lapangan dan mau mengisi kuesioner langsung dijadikan sampel. Adapun sampel minimum ditentukan dengan mengalikan jumlah variabel dengan nilai. Pada penelitian ini menggunakan 4 variabel, jadi sampel minimum adalah $4 \times 5 = 20$ ditambah 10 % dari sampel minimum (Maholtra dalam Suherdi, 2001). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 70 responden (nasabah) jadi telah memenuhi persyaratan.



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

3.3 Prosedur dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Prosedur Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya yakni nasabah dan pihak manajemen PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dari perbankan atau lembaga lain yang berkaitan dengan penelitian.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan atas karakteristik atau variabel yang dapat diukur. Sikap *customer service* dalam melayani nasabah, berapa lama nasabah dapat menyelesaikan transaksinya.

b. Interview

Metode pengumpulan data yang diperoleh dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan sifat dan macam data.

c. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang diperoleh dengan membuat suatu daftar pertanyaan guna memperoleh tanggapan responden atas atribut-atribut yang ditawarkan oleh perusahaan.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi variabel

1. Variabel Independen

a. Pelayanan

b. Fasilitas

c. Sistem bagi hasil

d. Kualitas produk

Untuk menguji variabel tersebut dapat digunakan rumus korelasi *product moment* (Singarimbun dan Effendi, 1995:137) sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = korelasi product moment

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

n = jumlah sampel

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan keandalan alat ukur atau suatu hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama dengan alat pengukuran yang sama pula, oleh sebab itu instrumen yang andal sering juga disebut konsisten atau stabil. Suatu instrumen yang dianggap andal apabila koefisien reliabilitas (r hitung) > (r tabel).

Dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode alpha (α) yaitu metode yang digunakan adalah metode *Cronbach* (Budiarto dalam Aminullah, 2002).

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Dimana :

α = koefisien Reliabilitas

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = jumlah variabel dalam persamaan

Setelah menilai alpha, selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka kritis reliabilitas pada tabel α yaitu tabel yang menunjukkan hubungan antara jumlah butir pertanyaan dengan reliabilitas seperti terlihat pada tabel 3.1.

3.6.4 Uji F

Pengujian untuk mengetahui pengaruh nyata secara menyeluruh koefisien regresi variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian koefisien regresi secara menyeluruh dilakukan Uji F.

Hipotesis yang diajukan adalah :

$$H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4 = 0$$

Berarti semua variabel bebas secara menyeluruh tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

$$H_a : b_1=b_2=b_3=b_4 > 0$$

Berarti semua variabel bebas secara menyeluruh mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai F hitung dicari dengan formulasi sebagai berikut (Gujarati, Damodar 1991:120).

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana :

- F = pengujian secara serentak
- R^2 = koefisien Determinasi Berganda
- k = banyaknya variabel
- n = banyaknya observasi

3.6.5 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dimana pengujian ini membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Hasil pengujian terhadap masing-masing variabel pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sistem bagi hasil (X_3), kualitas produk (X_4) terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang .

Hipotesis yang diajukan adalah :

$H_0 : \beta_j = 0$, artinya tidak ada pengaruh nyata dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : \beta_j \neq 0$, artinya ada pengaruh nyata dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Nilai t hitung dicari dengan dengan rumus (Supranto, 1994:254).

$$t = \frac{\beta_j}{S\beta_j}$$

Dimana :

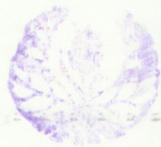
t = pengujian secara parsial

β_j = nilai yang sesuai dengan H_0

$S\beta_j$ = standar error dari masing-masing koefisien regresi

40. ...
41. ...
42. ...
43. ...
44. ...
45. ...
46. ...
47. ...
48. ...
49. ...
50. ...
51. ...
52. ...
53. ...
54. ...
55. ...
56. ...
57. ...
58. ...
59. ...
60. ...
61. ...
62. ...
63. ...
64. ...
65. ...
66. ...
67. ...
68. ...
69. ...
70. ...
71. ...
72. ...
73. ...
74. ...
75. ...
76. ...
77. ...
78. ...
79. ...
80. ...
81. ...
82. ...
83. ...
84. ...
85. ...
86. ...
87. ...
88. ...
89. ...
90. ...
91. ...
92. ...
93. ...
94. ...
95. ...
96. ...
97. ...
98. ...
99. ...
100. ...





IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bank BNI didirikan pada 5 Juli 1946 berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang No. 2 Tahun 1946 dengan nama Bank Negara Indonesia dan berfungsi sebagai bank sentral. Pendiri Bank Negara Indonesia adalah R.M. Margono Djojohadikoesoemo. Setelah berlangsungnya Konferensi Meja Bundar (KMB) antara pemerintah Indonesia-Belanda, Bank Negara Indonesia kemudian berubah fungsi menjadi bank umum. Pada tanggal 15 September 1950 Bank BNI mulai diizinkan pemerintah untuk menjadi bank devisa.

Pada tahun 1965 Bank BNI berubah menjadi Bank Negara Unit III berdasarkan Ketetapan Presiden No. 17 Tahun 1965 tentang integrasi bank-bank pemerintah, kemudian Bank Negara Unit III diubah menjadi Bank Negara Indonesia 1946 (BNI 1946) dengan tugas utama yang diarahkan kepada pembangunan ekonomi nasional dengan mengutamakan sektor industri, perubahan ini berdasarkan Undang-Undang No.18 Tahun 1968. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.19 Tahun 1992, nama BNI 1946 berubah menjadi PT. Bank Negara Indonesia (persero) dan bentuk badan hukum BNI 1946 berubah menjadi Perusahaan Perseroan (persero). Pada bulan November 1996 Bank BNI 1946 mulai *go public* dengan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) dengan mengedarkan 25 % sahamnya kepada publik dan *listing* di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES).

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, lebih dikenal Bank BNI juga merupakan bank pemerintah terbesar di Indonesia. Bank BNI juga merupakan bank pemerintah pertama yang telah menjadi bank publik yang didukung oleh 594 kantor cabang dalam negeri dan 6 kantor cabang luar negeri. Bank BNI sampai dengan tahun 2001 telah mempunyai kantor cabang luar negeri di Singapura, Hongkong, London, Tokyo, New York dan Grand Cayman Island. Total aset dan

banking. Kebijakan ini diambil karena adanya trauma kredit macet perusahaan berskala besar milik konglomerat dan kenyataan bahwa usaha kecil lebih resisten terhadap badai krisis. Untuk merealisasikan visi tersebut, Bank BNI melakukan *planning process* secara bertahap di tingkat perusahaan sampai ke unit-unit operasional.

Langkah yang dibangun oleh Bank BNI adalah melakukan perencanaan jangka panjang (*long range planning*) melalui penyusunan *corporate plan* yang merupakan perencanaan lima tahunan. *Corporate plan* tersebut kemudian dijabarkan dalam perencanaan jangka pendek tahunan berupa *business plan*. *Corporate plan* 1996-2001 Bank BNI yaitu berusaha mengembangkan bisnis ritel dengan melakukan pembinaan intensif terhadap nasabah segmen ritel agar menjadi nasabah besar segmen korporat dengan tingkat loyalitas yang terjaga.

Selain melakukan pembinaan intensif terhadap nasabah segmen ritel, Bank BNI menggunakan strategi penerapan SBU (*Strategic Business Unit*) dan berorientasi menuju *universal banking*. Ada lima unit strategi yang menjadi fokus pengembangan yaitu unit bisnis korporat, ritel, internasional, treasury dan perusahaan anak. Pembentukan BNI Syariah, yang akan memberikan layanan khusus perbankan syariah merupakan salah satu pengembangan bisnis yang terdapat di dalam SBU ritel.

Langkah awal yang dilakukan adalah oleh Bank BNI untuk mengembangkan bisnis syariah adalah dengan memutuskan untuk membuka lima kantor cabang syariah, masing-masing di Malang, Pekalongan, Jepara, Yogyakarta dan Banjarmasin. Pemilihan lokasi di daerah tersebut berdasarkan atas pertimbangan bahwa di daerah tersebut belum berdiri bank syariah dan memiliki potensi yang besar bagi perkembangan bank syariah. Bank BNI syariah merencanakan untuk memperluas jaringan dengan membuka 20 kantor cabang baru sampai dengan akhir 2002 dan mengkonversi lima kantor Bank BNI di Aceh.

Pembukaan Bank BNI Syariah dilakukan pada tanggal 29 April 2000, dengan BNI Syariah Cabang Malang salah satu lokasi usaha karena mayoritas penduduknya beragama Islam, masyarakat berpreferensi untuk

4.1.4 Struktur Organisasi, Tugas, Wewenang dan Tanggung jawab pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Malang

Struktur organisasi sebuah perusahaan menggambarkan tugas, tanggung jawab dan wewenang seseorang didalam sebuah organisasi perusahaan. Struktur organisasi akan memberikan penjelasan kepada karyawan tentang kepada siapa ia harus bertanggung jawab dan sejauh mana ia memiliki wewenang pada sebuah pekerjaan. Struktur organisasi yang efektif akan menentukan tingkat keberhasilan dan efektifitas perusahaan dalam mencapai tujuan. Pembahasan struktur organisasi perusahaan sangat penting terutama dalam kajian yang terkait dengan manajemen strategi perusahaan karena struktur organisasi akan menentukan efektifitas kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

Adapun struktur perusahaan pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, terdiri dari manajer cabang, manajer operasional, kontrol intern cabang, unit pelayanan, unit operasional, unit pemasaran bisnis, pembukaan rekening cabang, teller, domestik dan kliring, administrasi kredit, akuntansi dan pembukuan dan umum dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Sumber: PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

- b) Mengelolah masalah logistik.
- c) Menyelenggarakan administrasi umum.

L. Penyelia Unit Pemasaran Bisnis

- a) Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah/calon nasabah.
- b) Memperbanyak penjualan silang kepada nasabah/calon nasabah.
- c) Mengelolah permohonan kredit.

4.1.5 Aspek Personalia

PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang memerlukan sumber daya manusia untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Sumber daya manusia berpengaruh pada tingkat keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan, oleh karena itu data dan informasi tentang sumber daya manusia Bank BNI Syariah Malang penting untuk dibahas. Hal-hal yang terkait dengan sumber daya manusia Bank BNI Syariah Malang yaitu jumlah karyawan, jam kerja, gaji dan tunjangan, progam kesejahteraan karyawan dan pengembangan tenaga kerja.

4.1.5.1 Jumlah Karyawan, Jam Kerja dan Latar Belakang Pendidikan

Jumlah karyawan pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang Per Mei 2003 adalah 19 orang dengan perincian:

- | | |
|--------------------------------|----------|
| 1. Karyawan tetap | 10 orang |
| 2. Karyawan <i>Outsourcing</i> | 3 orang |
| 3. Karyawan kontrak | 3 orang |
| 4. Karyawan training | 3 orang |

Karyawan tetap adalah karyawan yang diangkat berdasarkan surat keputusan sebagai karyawan tetap perusahaan. Karyawan *Outsourcing* adalah karyawan yang perekrutannya dilakukan oleh pihak eksternal yaitu koperasi karyawan BNI Syariah, sedangkan pelatihan dan penggajian dilakukan oleh perusahaan. Karyawan kontrak adalah karyawan yang dikontrak selama beberapa bulan oleh pimpinan perusahaan, sedangkan karyawan training adalah karyawan yang diterima yang masih dalam masa percobaan.

kesehatan yang diberikan per bulan, sedangkan tunjangan hari raya diberikan satu tahun sekali pada saat menjelang hari raya Idul Fitri. Tunjangan cuti diberikan khusus kepada karyawan yang mengambil cuti karena beberapa hal yang diijinkan oleh perusahaan.

4.1.5.3 Program Kesejahteraan Karyawan dan Pengembangan Tenaga Kerja

PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi kesejahteraan karyawan dan keluarganya. Hal ini dilakukan guna menunjang kemantapan kerja dan loyalitas karyawan. Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang untuk kesejahteraan karyawan dan keluarganya adalah:

1. penggantian biaya operasi/opname yang mencapai 90 % dari total biaya.
2. rekreasi tahunan bersama keluarga karyawan.
3. program olah raga senam mingguan.
4. program siraman rohani setiap minggu sekali.

Pengembangan tenaga kerja pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang dilakukan terus-menerus sesuai dengan kebutuhan internal maupun kebutuhan untuk mengantisipasi persaingan global. Program pengembangan yang cukup sering dilakukan adalah program pelatihan (*training*). Pelatihan yang diselenggarakan dianggap sebagai sebuah investasi yang penting untuk menciptakan kemajuan perusahaan di masa mendatang.

Pelatihan untuk pengembangan karyawan PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang biasanya diselenggarakan secara rutin setiap tahun dan diselenggarakan di kantor wilayah atau di kantor pusat. Selain itu, PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang juga mengirimkan karyawannya mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia (BI) atau institusi lain yang dinilai memiliki kompetensinya. Pelatihan yang diprogramkan ditujukan pada semua level manajemen, baik manajemen level atas maupun manajemen level menengah atau bawah. Materi pelatihan bisa berupa sebuah *overview* atau bahkan materi baru sama sekali.

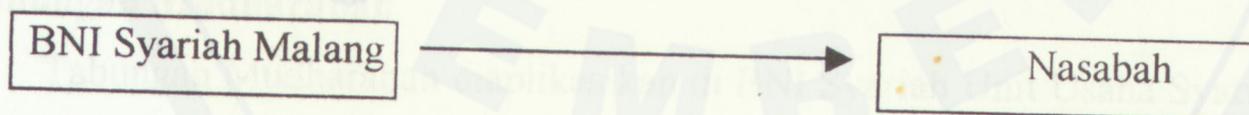
1. Masyarakat muslim yang menganggap bunga bank adalah riba.
2. Masyarakat muslim yang menganggap bunga bank adalah halal.
3. Masyarakat muslim yang menganggap bunga bank adalah syubhat.
4. Masyarakat non-muslim.

Pembagian ini menunjukkan skala prioritas segmen sasaran PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, dimana prioritas utama yang menjadi segmennya adalah masyarakat muslim yang menganggap bunga bank adalah riba. Hal ini sesuai dengan latar belakang berdirinya PT Bank Negara Indonesia Syariah itu sendiri, yaitu menciptakan sebuah bank alternatif dengan menggunakan prinsip bagi hasil.

4.1.6.2 Daerah Pemasaran dan Saluran Distribusi

Daerah pemasaran untuk PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang adalah kota Malang dan Kabupaten Malang. Namun pada realisasinya ada beberapa nasabah yang berasal dari luar daerah karena PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang menerapkan *Syariah Product Counter* (SPC) yang memungkinkan nasabah dapat membuka rekening maupun melakukan transaksi lainnya melalui "saudara tuanya" PT Bank Negara Indonesia Tbk. Adapun saluran yang digunakan oleh PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang ada dua bentuk yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.

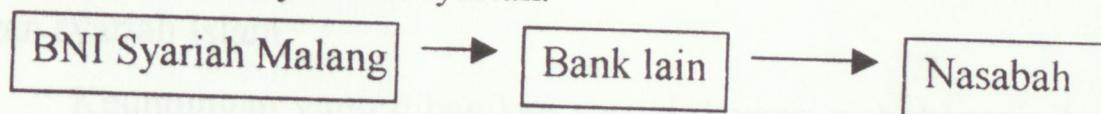
1. Distribusi langsung yaitu produk langsung ditawarkan pada nasabah.



Gambar 4.2 Saluran distribusi langsung

Sumber: PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

2. Distribusi tidak langsung yaitu produk ditawarkan pada nasabah melalui bank mitra kerja, misalnya BPR syariah.



Gambar 4.3 Saluran distribusi tidak langsung

Sumber: PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

- a. Fitur Tabungan Mudharabah
 - 1) Jenis Currency : Rupiah
 - 2) Rekening tabungan Mudharabah dapat dibuka atas nama perorangan, perusahaan kecil (restoran, bengkel, usaha dagang dan sebagainya)
- b. Syarat-syarat
 - 1) Mempunyai kartu identitas diri (KTP/Paspor)
 - 2) Melakukan setoran pertama yang juga merupakan syarat saldo minimum Rp. 25.000,-
 - 3) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
 - 4) Apabila menghendaki kartu ATM Syariahplus, dikenakan biaya pembuatan sebesar Rp. 5.000,-
 - 5) Menandatangani perjanjian nisbah bagi hasil di atas meterai sebesar Rp. 6.000,-
 - 6) Pembukaan rekening dapat dilakukan juga melalui kantor Bank BNI konvensional sebagai *Syariah Production Counter*.
- c. Bagi Hasil
 - 1) Hasil keuntungan atas dana yang dioperasionalkan diberikan kepada penabung dengan prinsip bagi hasil.
 - 2) Bagi hasil dihitung secara harian (ditampung dalam rekening akumulasi) dan dikreditkan ke rekening penabung setiap tanggal 15 dan efektif dapat digunakan pada tanggal 16.
 - 3) Pada hari pertama, penabung memperoleh keuntungan bagi hasil.
 - 4) Nasabah yang menutup rekeningnya sebelum akhir bulan, sistem menghitung bagi hasil sampai tanggal penutupan.
 - 5) Nisbah bagi hasil antara bank dengan nasabah : 55% untuk bank dan 45 % untuk nasabah.
- d. Pajak
 - 1) Pendapatan/keuntungan yang diterima nasabah penduduk dikenakan pajak 20 % untuk saldo tabungan \geq Rp. 7,5 juta, sedangkan untuk nasabah bukan penduduk dikenakan pajak 20 %.
 - 2) Potongan pajak atas bagi hasil dilakukan pada saat pembayaran bagi hasil.

untuk menunaikan ibadah haji sesuai tahun yang dikehendaki dan diblokir oleh sistem (tidak dapat ditarik).

2. setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-.

3. Giro Wadiah

Giro Wadiah menggunakan prinsip *Wadiah Yad ad-Dhamanah* dimana Bank sebagai penerima dana titipan dapat memanfaatkan dana tersebut dengan seijin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat pemilik menghendaki.

Dengan prinsip Wadiah, pemilik modal (Giran) tidak mendapatkan jasa giro, namun mendapatkan bonus yang besarnya ditentukan oleh bank dan tidak diperjanjikan di muka.

a. Syarat-syarat pembukaan Giro wadiah

- 1) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 2) Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/ Paspor).
- 3) Menyerahkan foto copy akta pendirian/anggaran dasar perusahaan (notarial) bila telah mengalami perubahan untuk nasabah perusahaan.
- 4) Menyerahkan foto copy Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- 5) Menyerahkan NPWP.
- 6) Menyerahkan surat referensi
 - a) Pejabat Bank Syariah berwenang.
 - b) Bank/bank Syariah lain bahwa yang bersangkutan telah memiliki rekening.
- 7) Setoran pertama sebesar Rp. 1.000.000,- untuk nasabah perusahaan dan Rp. 500.000,- untuk nasabah perorangan.
- 8) Tidak termasuk dalam daftar hitam (*Black list*) Bank Indonesia.

b. Bonus

- 1) Hasil keuntungan atas dana yang dioperasikan menjadi hak bank, namun kepada nasabah dapat diberikan bonus yang tidak diperjanjikan lebih dulu dengan nasabah.
- 2) Besarnya bonus giro tidak tetap, besarnya akan ditentukan atas kebijakan Unit Usaha Syariah.

- 6) Pembukaan dan penutupan deposito dilakukan pada hari bersamaan dikenakan biaya Rp. 10.000,-.
 - 7) Biaya afiliasi bagi hasil Mudharabah tidak dikenakan biaya.
 - 8) Deposito Mudharabah dapat diblokir tidak dapat dicairkan namun tetap mendapatkan keuntungan bagi hasil.
- b. Syarat-syarat
- 1) Mengisi formulir permohonan pembukaan rekening deposito mudharabah.
 - 2) Menyerahkan foto copy bukti identitas diri (KTP/ paspor/ KMIS), namun untuk perusahaan juga melampirkan foto copy akta pendirian/ anggaran dasar perusahaan beserta perubahannya (bila ada) yang notarial dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
 - 3) Menandatangani perjanjian bagi hasil mudharabah (2 lembar) di atas meterai Rp. 6.000,-.
 - 4) Melakukan setoran sesuai nominal yang diinginkan minimal Rp. 1.000.000,- yang dapat dilakukan secara tunai, pemindahbukuan atau kliring.
- c. Bagi hasil
- 1) Hasil keuntungan atas dana yang dioperasikan diberikan kepada nasabah dengan prinsip bagi hasil.
 - 2) Bagi hasil yang diberikan secara bulanan sampai tanggal jatuh temponya dihitung secara harian.
 - 3) Deposito yang dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo diberikan bagi hasil sampai tanggal jatuh tempo.
 - 4) Bagi hasil pendapatan yang diterima nasabah dikenakan pajak sebesar 20 % untuk nominal deposito $\geq 7,5$ juta (penduduk) dan 20 % untuk non penduduk.

- 2 Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
- 3 Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti murabahah, salam, dan istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu ijarah.

Sedangkan pada kategori yang ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan yang termasuk dalam kategori ini adalah Musyarakah dan Mudharabah.

Adapun produk-produk pembiayaan pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang adalah sebagai berikut.

1. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan Murabahah adalah Akad jual/beli antara bank dengan nasabah dimana Bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati bersama.

a. Syarat-syarat Murabahah

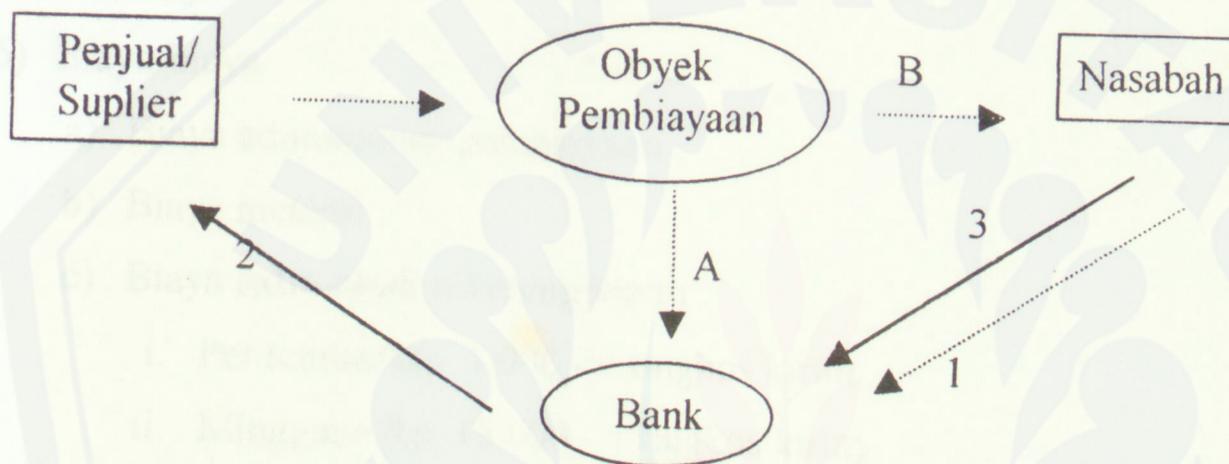
- 1) Bank dan nasabah harus mengadakan akad murabahah yang bebas riba.
- 2) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- 3) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- 4) Barang yang diperjualbelikan tidak termasuk kategori yang diharamkan oleh syariah Islam.

b. Fitur Pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri

1) Pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri digunakan untuk pembiayaan pengadaan barang (terutama barang investasi) melalui sewa.

2) Mekanisme pembiayaan

Proses pembiayaan ini secara garis besar ada dua kegiatan yang dituangkan dalam akad sewa dan akad jual/beli dapat dilihat pada gambar 4.5 di bawah ini.



Gambar 4.5 Skema Pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri

Sumber: PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

Keterangan

- 1 Nasabah mengajukan permohonan ke bank untuk pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri.
- 2 Setelah semua syarat dipenuhi, bank membeli obyek sewa sesuai dengan kebutuhan nasabah ke penjual/Supplier.
- 3 Barang diserahkan ke nasabah dan nasabah membayar uang sewa sesuai dengan kesepakatan.
 - a. Selama masa sewa, barang tersebut masih menjadi milik bank.
 - b. Pada akhir perjanjian sewa, sesuai dengan kesepakatan barang harus dibeli oleh nasabah dengan memperhitungkan pembayaran sewa.

c) Obyek kesepakatan : Modal dan kerja (usaha/proyek).

2) Syarat

a) Ucapan merupakan akad musyarakah dianggap sah jika diucapkan secara verbal atau ditulis dan disaksikan.

b) Pihak yang berkontrak

Perserikatan ini merupakan transaksi yang bisa diwakilkan, artinya salah satu pihak jika bertindak hukum terhadap obyek perserikatan itu dengan ijin pihak lain dianggap sebagai wakil seluruh pihak yang berserikat.

c) Dana/Modal

d) Masing-masing pihak menyediakan modal yang dapat berupa uang tunai atau aset yang liquid.

e) Kerja (usaha/proyek)

Jenis usaha yang dilakukan harus jelas dan tidak melanggar syariah. Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelolah aset dan masing-masing dianggap telah diberi wewenang untuk melakukan aktivitas musyarakah dengan memperhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian atau kesalahan yang disengaja.

3) Pembagian keuntungan untuk masing-masing yang berserikat dijelaskan ketika akad.

4) Keuntungan diambil dari hasil laba harta pengkongsian, bukan harta lainnya.

b. Fitur Pembiayaan Musyarakah

1) Pembiayaan Musyarakah digunakan untuk membiayai usaha berdasarkan pesanan, waralaba, pola kemitraan, pembiayaan proyek, *joint venture*, ekspor/ impor, modal kerja dan investasi.

5) Obyek yang disewakan ditutup asuransi pada perusahaan asuransi yang mempunyai landasan syariah.

- 3) Persyaratan modal
 - a) Berbentuk uang bukan barang.
 - b) Jumlahnya jelas
 - c) Tunai (bukan berbentuk hutang)
 - d) Langsung diserahkan ke mudharib
 - 4) Pembagian keuntungan harus jelas dan besar kecilnya sesuai nisbah yang disepakati, kerugian akibat.
 - 5) Mudharabah menjadi tanggung jawab sepenuhnya shahibul maal kecuali diakibatkan dari kesalahan/penyimpangan yang disengaja oleh Mudharib, lalai atau menyalahi perjanjian.
 - 6) Persyaratan atas proyek/pekerjaan yang ditawarkan Mudharib.
 - a) Pekerjaan/proyek adalah hak eksklusif Mudharib tanpa campur tangan shahibul maal.
 - b) Shahibul maal tidak boleh membatasi tindakan mudharib dalam mencapai tujuan akhir Mudharabah yaitu keuntungan, tetapi punya hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan.
 - c) Mudharib harus memenuhi syarat-syarat yang ditentukan shahibul maal jika syarat tersebut tidak bertentangan dengan akad mudharabah.
- b. Fitur Pembiayaan Mudharabah
- 1) Tujuan pembiayaan mudharabah muqayadah adalah pembiayaan bersama (pengkongsian antara labour/skill dan capital) atau suatu proyek atau usaha.
 - a) Proyek agribisnis (perpaduan antara pemilik lahan/ modal dengan ahli pertanian).
 - b) Jasa (membiayai pendirian poliklinik/ medical center).
 - c) Pembiayaan transaksional (usaha konstruksi bidang pembangunan fisik dan *engineering*, pembuatan jalan, pembangunan gedung).
 - d) Transaksi yang bersifat transaksional (*catering*).
 - e) Perdagangan biasa (supermarket, waralaba).

- 4) Akad disesuaikan dengan proyek/usaha yang akan dilakukan oleh nasabah/ calon debitur.
- 5) Maksimum pembiayaan dengan nilai proyek/usaha/transaksi berdasarkan hasil analisa menggunakan proyeksi *cash-flow*.
- 6) *Self financing* tidak ada.
- 7) Jangka waktu pembayaran pembiayaan mudharabah muqayadah sesuai dengan :
 - a) jangka waktu proyek (sesuai dengan kontrak proyek).
 - b) maksimal 1 tahun untuk pembiayaan di luar proyek.
- 8) Untuk menjaga amanah yang diberikan *shahibul maal* (bank), *mudharib* (nasabah) berkewajiban menyerahkan jaminan.
- 9) Pengikatan jaminan mengikuti ketentuan yang berlaku atau sama dengan bank konvensional, dan dilakukan penutupan asuransi atas jaminan tersebut.
- 10) Pengakuan pembiayaan mudharabah muqayadah sebagai investasi bank sejak akad pembiayaan ditandatangani serta Surat Permohonan Realisasi Pembiayaan (SPRP) diterima Bank.
- 11) Pengakuan keuntungan dilakukan pada saat terdapat pembayaran dari nasabah (untuk modal kerja) atau pada akhir proyek untuk pembiayaan transaksional/ proyek selesai dan pembayaran telah diterima (*cash basis*), pengakuan denda tidak ada.
- 12) Biaya-biaya
 - a) Biaya administrasi pembiayaan.
 - b) Biaya meterai.
 - c) Biaya extra cetak rekening koran
 - i. Per lembar Rp. 1.000,- + ongkos kirim.
 - ii. Mingguan Rp. 15.000,- + ongkos kirim.
 - iii. Harian Rp. 37.500,- + ongkos kirim.

4.1.8 Syariah Production Counter

Penggunaan Counter Bank BNI konvensional yang bertujuan menampung keinginan masyarakat yang ingin menggunakan jasa perbankan syariah, namun di daerah tersebut belum ada dan juga untuk mempercepat pengembangan kegiatan usaha syariah dengan memanfaatkan jaringan Bank BNI konvensional.

Adapun mekanisme *Syariah Production Counter* (SPC) adalah sebagai berikut:

1. nasabah mendatangi BNI konvensional untuk membuka rekening syariah (tabungan dan deposito mudhrabah).
2. bagian pelayanan nasabah BNI konvensional melayani dengan memberikan formulir dan menerima setoran pertama dari nasabah.
3. setoran di KU-kan ke BNI Syariah (cabang pemelihara rekening).
4. dokumen dikirimkan ke BNI Syariah dengan menggunakan kurir (biaya beban BNI Syariah).
5. bagian pelayanan nasabah Bank BNI Syariah melakukan pembukaan rekening nasabah.
6. buku tabungan/bilyet deposito dikirimkan ke BNI konvensional, setelah ditanda sahkan.
7. bagian Pelayanan nasabah konvensional menyerahkan buku tabungan/ bilyet deposito ke nasabah.

Pada prinsipnya semua cabang Bank BNI konvensional dapat menjadi bank pelaksana *Syariah Production Counter* (SPC), namun saat ini telah ditunjuk beberapa cabang Bank BNI konvensional yang dianggap potensial bagi produk-produk bank syariah. Adapun Bank BNI konvensional yang menjadi pelaksana *Syariah Production Counter* (SPC).

A. Kantor Wilayah 04, meliputi cabang-cabang :

- 1) Tasikmalaya
- 2) Sukabumi
- 3) Garut
- 4) Cirebon

PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang pada khususnya dan Bank Syariah lain pada umumnya.

Adapun karakteristik responden yang diukur dalam penelitian ini meliputi; pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, jumlah uang yang tersimpan dan lamanya menjadi nasabah.

1. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Variabel pendidikan merupakan variabel sosial yang berpengaruh terhadap pengguna jasa lembaga perbankan. Tingkat pendidikan ini mempengaruhi pandangan seseorang terhadap bank yang berlandaskan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil. Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh, dapat di lihat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
S2	3	4,29 %
S1	26	37,14 %
SMU	37	52,86 %
SMP	4	5,71 %
Total	70	100,00 %

Sumber : data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti dengan teknik *Accidental Sampling*, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden/nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang adalah berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Umum (SMU) paling dominan, hal ini dapat terjadi karena sebagian besar dari responden yang berpendidikan SMU yang sejatinya adalah sedang atau masih menempuh kuliah di perguruan tinggi setempat baik perguruan tinggi negeri maupun swasta yang mendapatkan informasi dari perusahaan juga didukung informasi dari adanya kuliah formal atau informal mengenai ekonomi Islam sehingga membentuk paradigma untuk bermuamalah secara Islami.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat mencerminkan status ekonomi seseorang. Seseorang yang memiliki pekerjaan yang sudah mapan dan tetap

cenderung mempunyai penghasilan yang tetap dan kemungkinan akan menyimpan uangnya guna masa depannya. Rekapitulasi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa	27	38,58 %
Wiraswasta	7	10,00 %
Pegawai Negeri Sipil	6	8,59 %
Pegawai swasta	18	25,71 %
Pelajar	7	10,00 %
Ibu rumah tangga	5	7,10 %
Total	70	100,00 %

Sumber : data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, melalui kuesioner yang disebarkan oleh peneliti dengan teknik *Accidental Sampling*, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden/nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang berpekerjaan sebagai mahasiswa, hal ini dapat dijelaskan bahwa responden yang bekerja sebagai mahasiswa cenderung mempunyai waktu yang lebih untuk mencari informasi mengenai ekonomi Islam khususnya perbankan yang menggunakan prinsip bagi hasil yang tetap eksis di kala krisis melanda negeri ini dan juga mempunyai keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya memberikan kepercayaan kepada bank syariah.

3. Karakteristik responden berdasarkan jumlah uang yang tersimpan di PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Karakteristik ini adalah dapat dijadikan salah satu indikator bahwa nasabah tersebut mendapatkan keuntungan dari PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, jadi semakin besar jumlah uang yang disimpan oleh responden/nasabah, maka semakin besar pula bagi hasil yang diterimanya, karena nisbah bagi hasil disesuaikan dengan pendapatan bank. Rekapitulasi responden berdasarkan jumlah uang yang tersimpan dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini.

Berdasarkan tabel di atas, melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti dengan teknik *Accidental Sampling*, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden/nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang adalah responden yang menjadi nasabah kurang dari 6 bulan, hal ini dapat dijelaskan bahwa PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang baru didirikan pada pertengahan tahun 2000 di Kabupaten Malang.

4.3 Metode Analisa Data

4.3.1 Uji Validitas

Untuk menguji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pernyataan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis pada taraf signifikan 5% dan pada baris *df (degree of freedom)* $N - 2$, yaitu sebesar $70 - 2 = 68$ sehingga akan diperoleh nilai sebesar 0,235. Maka apabila nilai korelasi hitung lebih besar dari angka kritis sebesar 0,235 maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan signifikan.

Hasil perbandingan antara r hitung yang merupakan koefisien korelasi dengan r tabel pada tabel nampak bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r kritis atau r tabel. Dengan demikian setiap item pertanyaan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal, artinya bahwa item pertanyaan-pertanyaan tersebut mampu mengukur aspek yang sama, untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.7 Validitas Instrumen Penelitian

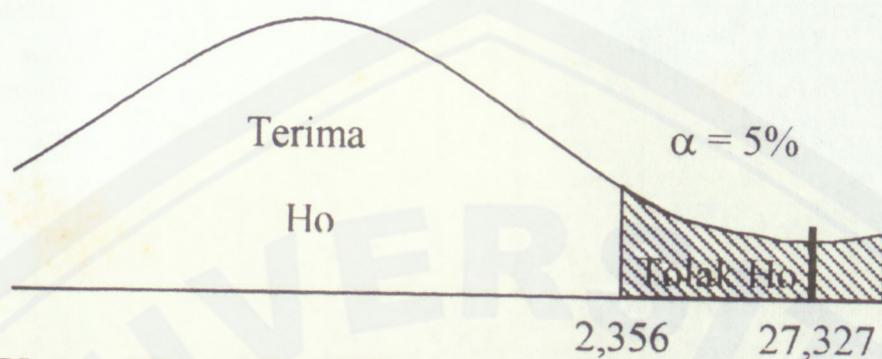
Korelasi	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,3001	0,235	Valid
Y.2	0,3647	0,235	Valid
Y.3	0,3062	0,235	Valid
Y.4	0,5140	0,235	Valid
X1.1	0,4736	0,235	Valid
X1.2	0,4995	0,235	Valid
X1.3	0,5224	0,235	Valid
X1.4	0,6053	0,235	Valid
X2.1	0,3792	0,235	Valid
X2.2	0,3385	0,235	Valid
X2.3	0,4153	0,235	Valid
X2.4	0,4704	0,235	Valid
X3.1	0,6995	0,235	Valid
X3.2	0,7275	0,235	Valid
X3.3	0,6561	0,235	Valid
X3.4	0,4661	0,235	Valid
X4.1	0,4713	0,235	Valid
X4.2	0,3892	0,235	Valid
X4.3	0,4967	0,235	Valid
X4.4	0,4376	0,235	Valid

Sumber : lampiran 3, hasil analisis komputer dengan menggunakan SPSS Versi 10.0

4.3.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan cara mencari angka reliabilitas dari butir-butir pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan rumus *Standardized item Alpha*. Setelah diperoleh nilai α , selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka kritis reliabilitas pada tabel α (tabel 4.8). Di dalam kuesioner jumlah butir pertanyaan kurang dari 5, sehingga nilai kritis reliabilitas dapat ditentukan sebesar 0,20 sehingga dapat dikatakan reliabel jika nilai α lebih besar dari angka kritis reliabilitas.

Apabila digambarkan dalam kurva normal maka dapat dilihat dalam gambar 4.8 sebagai berikut :



Gambar 4.8 : Kurve Normal Pengujian Hipotesis Dengan F-test

Kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara keseluruhan dapat dilihat dari koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,627 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 62,7%, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 62,7\% = 37,3\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

4.3.5 Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh koefisien regresi variabel bebas terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang) secara parsial, di mana pengujian ini membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Hasil pengujian terhadap masing-masing variabel-variabel pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sistem bagi hasil (X_3) dan kualitas produk (X_4) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Untuk mencari t tabel adalah dengan memperhatikan nilai df yang diperoleh dari perhitungan $n - k - 1$, maka $df = 70 - 4 - 1 = 65$. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% dan pada $df_{(65 ; 0,05)}$ diperoleh nilai t tabel sebesar 1,997. Uji parsial digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya

masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini rangkuman besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas (X_{it}) terhadap variabel terikat (Y_t) sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Secara Simultan masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

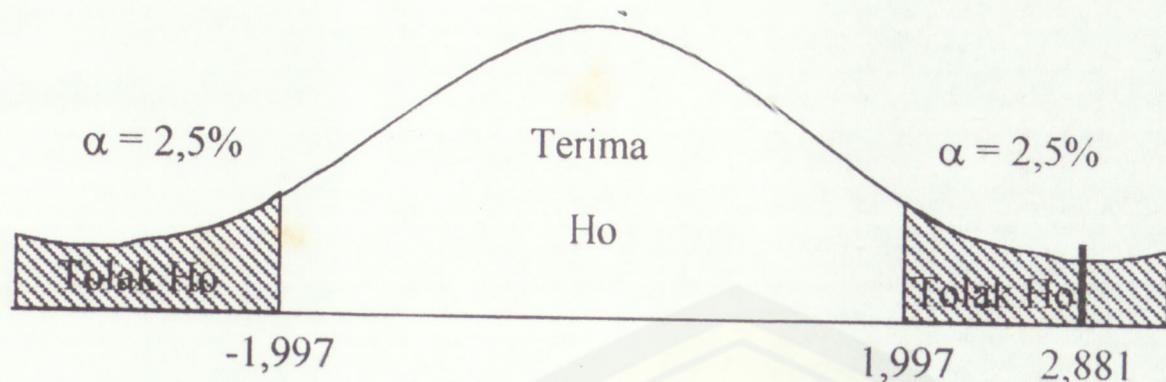
No	Var. Bebas (X)	Koefisien Regresi	Pengujian Hipotesis		R	Prob. Signifikan
			T_{hitung}	t_{tabel}		
1.	Pelayanan (X_1)	0,222	2,881	1,997	0,337	0,005
2.	Fasilitas (X_2)	0,315	3,313	1,997	0,380	0,002
3.	Sistem bagi hasil (X_3)	0,308	4,152	1,997	0,458	0,000
4.	Kualitas produk (X_4)	0,169	1,600	1,997	0,195	0,114

Sumber : Lampiran 4, hasil analisis komputer dengan menggunakan SPSS Versi 10.0

Berdasarkan Tabel 4.10 mengenai hasil uji t di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh terhadap kepuasan (Y) adalah pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) dan sistem bagi hasil (X_3), sedangkan variabel kualitas produk (X_4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan (Y).

- a. Besarnya pengaruh dari variabel pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang

Pada Tabel 4.10 diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $2,881 > 1,997$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel pelayanan (X_1) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang. Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.9 di bawah ini.

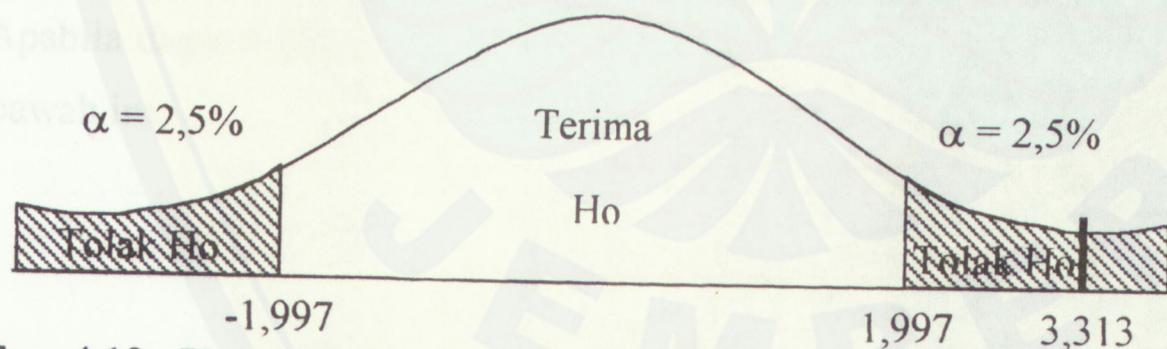


Gambar 4.9: Kurve Normal t -test untuk Variabel Pelayanan (X_1)

- b. Besarnya pengaruh dari variabel fasilitas (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Pada Tabel 4.10 diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $3,313 > 1,997$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel fasilitas (X_2) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

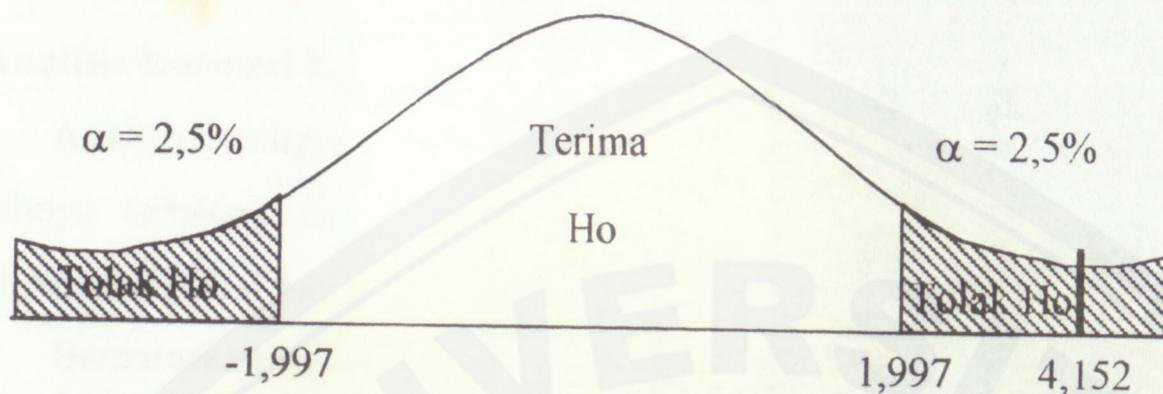
Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.10 berikut :



Gambar 4.10 : Kurve Normal t -test untuk Variabel Fasilitas (X_2)

- c. Besarnya pengaruh dari variabel sistem bagi hasil (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang. Pada Tabel 4.10 diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $4,152 > 1,997$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel sistem bagi hasil (X_3) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang. Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.11 berikut :

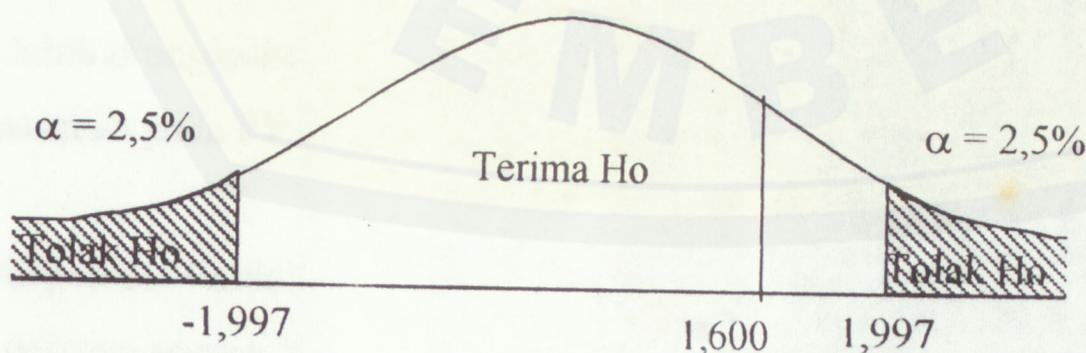


Gambar 4.11: Kurve Normal *t*-test untuk Variabel Sistem bagi hasil (X_3)

- d. Besarnya pengaruh dari variabel kualitas produk (X_4) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Pada Tabel 4.10 diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ adalah $1,600 < 1,997$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,114 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X_4) tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.12 di bawah ini.



Gambar 4.12 : Kurve Normal *t*-test untuk Variabel Kualitas produk (X_4)

Kemudian untuk mengetahui perlakuan terhadap hipotesis dan besarnya dari pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien hasil analisis regresi berganda seperti terlihat pada Tabel 4.10.

4.3.6 Analisis Korelasi Parsial

Analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu dengan melihat hasil koefisien korelasi parsial (r) dari hasil perhitungan pada Tabel 4.13.

Berdasarkan hasil perhitungan, dari keempat variabel yang dimasukkan dalam model penelitian dapat diketahui bahwa variabel dominan atau variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang yaitu variabel sistem bagi hasil (X_1), hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi parsial (r) yang paling besar yaitu 0,458. Selanjutnya diikuti oleh variabel fasilitas (X_2) dengan nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,380, pelayanan (X_3) dengan nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,337, kualitas produk (X_4) dengan nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,195.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Interpretasi Variabel Pelayanan (X_1)

Koefisien regresi $X_1 = 0,222$ akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang atau jika pelayanan lebih ditingkatkan bagi nasabah, maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

4.4.2 Interpretasi Variabel Fasilitas (X_2)

Koefisien regresi $X_2 = 0,315$ akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang atau jika fasilitas lebih lengkap, maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

4.4.3 Interpretasi Variabel Sistem Bagi Hasil (X_3)

Koefisien regresi $X_3 = 0,308$ akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang atau jika perbandingan/rasio pembagian bagi hasil yang diberikan lebih besar bagi nasabah, maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

4.4.4 Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X_4)

Koefisien regresi $X_4 = 0,169$ akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang atau jika kualitas produk lebih ditingkatkan, maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang.

4.4.5 Interpretasi Uji F

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan variabel bebas (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang). Nilai koefisien determinasi berganda antara 0 dan 1, apabila $R^2 = 1$ maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100 % terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang). Kecocokan model akan lebih baik bila semakin mendekati nilai satu. Nilai R^2 sebesar 0,627. Hal ini memperlihatkan bahwa proporsi yang diberikan oleh variabel independen (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang) atau persentasenya sebesar 62,7 % sedangkan 37,3 % sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model persamaan regresi yang dibuat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh nyata terhadap variabel dependen sebesar 62,7 %, ini menunjukkan nilai R^2 masih relatif rendah. Hal ini disebabkan PT Bank Negara

Indonesia Syariah Cabang Malang masih relatif baru yakni berdiri pada tahun 2000 sehingga perusahaan masih dalam taraf pertumbuhan.

4.4.6 Interpretasi Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) secara parsial terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang).

Berdasarkan Uji t dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh nyata adalah variabel pelayanan, variabel fasilitas, variabel sistem bagi hasil karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu t_{hitung} untuk pelayanan (X_1) = 2,881, fasilitas (X_2) = 3,313, sistem bagi hasil (X_3) = 4,152 dan $t_{tabel} = 1,997$, sedangkan variabel kualitas produk (X_4) tidak mempunyai pengaruh nyata atau tidak signifikan, yakni dapat diketahui dari nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , $t_{hitung}: 1,600 < t_{tabel}: 1,997$. Hal ini disebabkan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan beserta prosedurnya dan juga masih kurangnya pengetahuan nasabah tentang produk-produk perbankan syariah, baik produk perhimpunan dana maupun produk pembiayaan oleh karena produk-produk tersebut masih relatif baru bagi nasabah.

4.4.7 Interpretasi Analisis Korelasi Parsial

Hasil nilai dari perhitungan koefisien korelasi parsial, Diantara variabel-variabel pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sistem bagi hasil (X_3), kualitas produk (X_4), yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang adalah variabel sistem bagi hasil (X_3) hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,458, selanjutnya diikuti oleh variabel fasilitas (X_2) dengan nilai koefisien korelasi parsial sebesar 0,380, variabel pelayanan (X_1) dengan nilai koefisien korelasi parsial sebesar 0,337 dan yang terakhir variabel kualitas produk (X_4) dengan nilai koefisien korelasi parsial sebesar 0,195.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa data dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. menerima hipotesis penelitian pertama bahwa variabel-variabel bebas (pelayanan, fasilitas, sistem bagi hasil, kualitas produk) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang. Hal ini ditandai dengan nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar 27,327 untuk F_{hitung} dan 2,356 untuk F_{tabel} .
2. menolak hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa variabel pelayanan (X_1), variabel fasilitas (X_2), variabel sistem bagi hasil (X_3) dan variabel kualitas produk (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang. Karena variabel-variabel bebas yang signifikan adalah variabel pelayanan (X_1), variabel fasilitas (X_2), variabel sistem bagi hasil (X_3), sedangkan variabel kualitas produk (X_4) tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, hal ini ditunjukkan dari hasil nilai $t_{hitung} : 1,600 < t_{tabel} : 1,997$, nilai tersebut menunjukkan bahwa masih kurangnya informasi mengenai produk dan jasa bank syariah yang diterima oleh nasabah.
3. menerima hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel sistem bagi hasil (X_3) merupakan variabel yang paling kuat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi parsial (r) sebesar 0,458.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran kepada PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, yaitu :

1. PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, dalam pelaksanaan operasional perusahaan hendaknya lebih memprioritaskan pada variabel sistem bagi hasil (X_3) karena mempunyai hubungan yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah, misalnya dengan memberikan nisbah atau porsi bagi hasil untuk nasabah yang lebih besar, baik pada nasabah produk tabungan maupun produk deposito, sehingga mampu memuaskan nasabah dan pada akhirnya nasabah akan loyal kepada perusahaan. Selanjutnya prioritas kedua adalah variabel pelayanan (X_1), misalnya dengan memberikan pelayanan yang lebih daripada pelayanan yang diberikan oleh bank syariah lain maupun bank umum konvensional sehingga nasabah tidak beralih ke perusahaan pesaing, prioritas ketiga adalah fasilitas (X_2), misalnya dengan mengadakan perluasan jaringan, melalui pembukaan kantor cabang baru yang dinilai berpotensi sehingga akan memberikan kemudahan bagi nasabah dan yang keempat adalah kualitas produk (X_4), misalnya memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada pada perbankan syariah sehingga orientasi nasabah terhadap perbankan syariah tidak hanya sekedar *Syariah Oriented* namun lebih kepada *Kompetitif Oriented*.
2. sebagai bank yang dapat memberikan layanan produk dan jasa perbankan yang beragam bank-bank syariah pada dasarnya dapat memperluas dan melayani seluruh pasar sasaran/segmen masyarakat.
3. melakukan kegiatan sosialisasi dan promosi yang agresif melalui media cetak maupun media elektronik untuk meningkatkan *awareness* penggunaan jasa perbankan syariah, mengingat potensi pasar relatif besar namun pengetahuan masyarakat secara umum tentang produk, jasa dan keuntungan perbankan syariah masih relatif rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin A. Riawan, 2003, "*Paradigma Perbankan Dan Peran Perbankan Syariah Di Indonesia*", Makalah Seminar Fosse, IPB, Bogor.
- Aminullah N. Inayati, 2002, "*Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan*", Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Jember.
- Antonio, M Syafi'i, 1999, "*Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*", Gema Insani Press, Jakarta.
- _____, 2001, "*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*", Tazkia Cendekia, Jakarta.
- Bank Indonesia, 1998, "*Undang-Undang No 10 Tahun 1998 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah*", Jakarta.
- _____, 2001, "*Informasi Mengenai Peraturan Bank Indonesia Bagi Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah*", Bank Indonesia, Jakarta.
- _____, 2001, "*Kebijakan Pengembangan Dan Informasi Terkini Perbankan Syariah*", Bank Indonesia, Jakarta.
- Gujarati, Damodar, 1991, "*Karakteristik Produk-Produk Jasa*", PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1995, "*Manajemen Pemasaran Pemasaran*", Jilid I, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 1997, "*Dasar-dasar Pemasaran*", Jilid I, Prehallindo, Jakarta.
- Parasuraman, 1991, "*Marketing Service: Competing Through Quality*", Free Press, New York.
- Rangkuti, Freddy, 2001, "*Riset Pemasaran*", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, Singgih, 2001, "*SPSS Versi 10 Mengelolah Data Statistik Secara Profesional*", PT Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Singarimbun & Effendi, 1995, "*Metode Penelitian Survei*", LP3ES, Jakarta.

- Sugiyono, 1999, "*Metode Penelitian Bisnis*", CV Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 1994, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*", PT Rineka Cipta Utama, Jakarta.
- Suherdi, Iding, 2001, "*Faktor-faktor yang membentuk dimensi kualitas jasa dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Jepang "X" di Jakarta*", Pascasarjana Progam Studi Magister Manajemen Universitas Jember, Jember.
- Tjiptono, 1997, "*Manajemen Jasa*", ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2001, "*Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yazid, 1999, "*Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*", Ekonisa, Yogyakarta.



LAMPIRAN 1
KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN

Yang kami hormati,
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari
Nasabah PT. Bank Negara Indonesia Syariah
Cabang Malang.
Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Berkenaan dengan penelitian tentang “ Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang “, kami mohon kesediaan anda untuk memberikan pendapat/jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan.

Hal-hal yang berkaitan dengan identitas diri Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dan jawaban anda akan kami rahasiakan karena informasi yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah/penelitian semata dan sebagai syarat kelulusan studi peneliti di Universitas Jember.

Atas segala bantuan dan kerjasama yang baik, saya sampaikan terima kasih .
Amin ya robbal 'alamiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Jember,

Peneliti

Identitas Peneliti

Nama : Yoyok Ivanto

Instansi : Fakultas Ekonomi Universitas Jember

I. KETERANGAN RESPONDEN

1. No. Urut :
2. Pekerjaan :
3. Pendidikan terakhir :
4. Jumlah uang yang tersimpan di PT.Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang?
 - a. Kurang dari Rp. 500.000,-
 - b. Antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 - c. Antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - d. Di atas Rp. 2.000.000
6. Berapa lama anda menjadi nasabah di PT.Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang?

a. Kurang dari 6 bulan	c. Antara 1 – 2 tahun
b. Antara 6 bulan – 1 tahun	d. Di atas 2 tahun

II. RATING KESELURUHAN

Secara umum bagaimana kepuasan (Y) yang anda peroleh terhadap PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang untuk faktor-faktor berikut ini:

	tidak puas	kurang puas	biasa saja	puas	sangat puas
1. Pelayanan	<input type="checkbox"/>				
2. Fasilitas	<input type="checkbox"/>				
3. Sistem bagi hasil	<input type="checkbox"/>				
4. Kualitas produk	<input type="checkbox"/>				

III. RATING KEPUASAN NASABAH

Pilih kepuasan yang paling sesuai dengan anda rasakan untuk tiap pertanyaan di bawah ini setelah berhubungan dengan PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Malang, dengan memberi tanda silang (X) di kolom yang sesuai.

- A : Tidak puas
 B : Kurang puas
 C : Biasa saja
 D : Puas
 E : Sangat puas

	A	B	C	D	E
A. PELAYANAN					
1. Keramahan/ kesopanan operator telpon.	<input type="checkbox"/>				
2. Kecepatan operator telpon menghubungkan ke orang/ bagian yang Anda inginkan.	<input type="checkbox"/>				
3. Pelayanan dimulai secepatnya ketika saya tiba.	<input type="checkbox"/>				
4. Customer service berbicara dengan Saya dengan cara yang menyenangkan.	<input type="checkbox"/>				
B. FASILITAS					
1. Ruang tunggu yang menyenangkan.	<input type="checkbox"/>				
2. Terdapatnya jaringan kantor yang luas.	<input type="checkbox"/>				
3. Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan ATM.	<input type="checkbox"/>				
4. Tersedianya lahan parkir yang luas.	<input type="checkbox"/>				

A B C D E

C. SISTEM BAGI HASIL

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Sistem bagi hasil yang didapat sangat menguntungkan. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Pemberian bagi hasil yang sesuai dengan akad yang telah disepakati. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Bagi hasil yang adil antara nasabah (shahibul maal) dan bank (mudharib). | <input type="checkbox"/> |
| 4. Pengetahuan yang cukup baik tentang sistem bagi hasil. | <input type="checkbox"/> |

D. KUALITAS PRODUK

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Ketepatan waktu penyelesaian produk. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Pemenuhan spesifikasi produk. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ketepatan waktu pengiriman produk. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Prosedur pengurusan produk relatif cepat. | <input type="checkbox"/> |



LAMPIRAN 2
REKAPITULASI DATA MENTAH KUISIONER

No	Y				Total
	1	2	3	4	
1	2	4	3	3	12
2	2	4	4	4	14
3	3	4	4	4	15
4	4	3	3	4	14
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	3	3	3	13
8	4	2	1	3	10
9	4	4	4	4	16
10	2	4	4	4	14
11	5	4	4	4	17
12	4	4	2	2	12
13	4	4	3	4	15
14	4	4	3	4	15
15	3	4	4	4	15
16	4	4	4	3	15
17	3	2	4	4	13
18	4	4	5	4	17
19	4	4	4	4	16
20	4	5	3	4	16
21	2	4	5	4	15
22	2	4	5	4	15
23	4	4	3	3	14
24	2	4	3	3	12
25	4	5	5	3	17
26	3	4	4	3	14
27	4	4	5	3	16
28	3	4	5	3	15
29	4	3	3	4	14
30	4	4	3	4	15
31	3	3	2	3	11
32	2	2	4	2	10
33	4	2	3	2	11
34	4	4	4	4	16
35	2	3	3	3	11
36	4	2	3	3	12
37	4	4	4	4	16
38	4	2	4	4	14
39	4	4	3	4	15
40	3	3	5	4	15
41	5	5	5	5	20
42	2	4	4	4	14
43	4	4	3	2	13
44	4	5	5	4	18
45	4	5	4	4	17
46	4	5	4	4	17
47	4	4	4	4	16
48	2	4	3	4	13
49	2	4	3	4	13
50	4	2	3	2	11
51	4	4	4	2	14
52	4	2	3	4	13
53	4	2	3	2	11
54	2	4	3	2	11
55	4	4	4	3	15
56	4	4	4	2	14
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	2	4	3	4	13
61	4	3	4	4	15
62	4	4	3	4	15
63	4	4	4	4	16
64	4	4	3	4	15
65	2	4	4	4	14
66	4	4	4	4	16
67	4	4	3	4	15
68	2	2	3	4	11
69	4	4	3	3	14
70	3	4	4	4	15

REKAPITULASI DATA MENTAH (RAW DATA) VARIABEL PELAYANAN (X1)

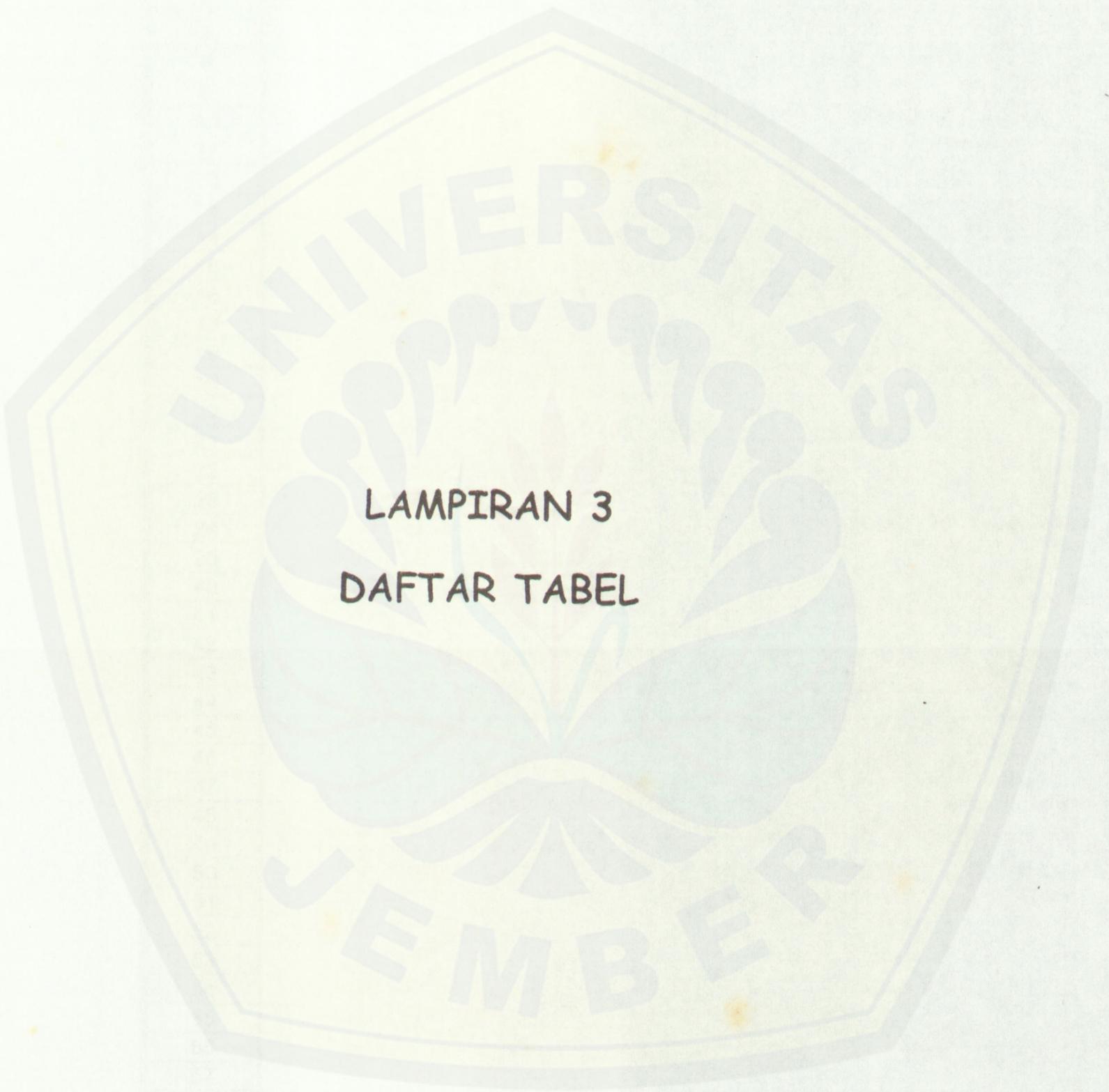
No	X1				Total
	1	2	3	4	
1	4	3	3	4	14
2	4	3	3	4	14
3	5	2	3	4	14
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	5	17
6	4	3	5	5	17
7	4	4	4	4	16
8	2	5	5	4	16
9	4	5	4	4	17
10	4	4	3	3	14
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	3	4	15
16	4	4	3	4	15
17	4	3	4	4	15
18	4	4	4	4	16
19	3	4	3	4	14
20	4	4	5	5	18
21	3	3	4	4	14
22	4	3	3	4	14
23	3	2	4	3	12
24	4	3	3	4	14
25	5	4	3	5	17
26	4	3	3	4	14
27	4	3	4	4	15
28	3	3	2	4	12
29	3	4	2	4	13
30	4	3	4	4	15
31	3	3	4	4	14
32	1	2	2	3	8
33	3	3	4	5	15
34	4	3	4	4	15
35	3	3	3	2	11
36	4	4	5	5	18
37	4	4	4	4	16
38	4	4	5	4	17
39	4	4	5	5	18
40	4	4	3	4	15
41	5	5	5	5	20
42	3	3	4	3	13
43	3	3	2	4	12
44	5	4	4	5	18
45	5	4	5	4	18
46	5	4	4	5	18
47	4	3	4	4	15
48	1	3	3	3	10
49	3	4	3	4	14
50	4	3	4	3	14
51	4	4	3	4	15
52	5	4	3	4	16
53	4	3	4	4	15
54	4	3	3	4	14
55	5	3	5	5	18
56	4	3	4	4	15
57	4	4	4	5	17
58	5	4	4	4	17
59	4	3	4	4	15
60	3	3	4	3	13
61	4	3	4	4	15
62	5	4	4	4	17
63	3	4	5	5	17
64	4	5	5	4	18
65	3	2	1	3	9
66	4	4	4	4	16
67	4	3	4	4	15
68	3	3	3	3	12
69	4	3	4	5	16
70	4	3	2	4	13

No	X2				Total
	1	2	3	4	
1	4	4	4	3	15
2	4	3	4	4	15
3	4	3	4	4	15
4	4	4	4	3	15
5	3	4	4	4	15
6	5	4	4	4	17
7	4	4	4	3	15
8	4	4	2	3	13
9	4	4	5	4	17
10	4	3	4	4	15
11	4	3	5	4	16
12	4	5	4	4	17
13	4	4	5	5	18
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	3	3	2	2	10
18	3	3	4	4	14
19	2	5	5	4	16
20	4	4	4	5	17
21	4	3	4	4	15
22	4	4	5	4	17
23	3	4	5	4	16
24	4	4	4	3	15
25	4	4	3	5	16
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	3	14
28	4	4	4	3	15
29	3	4	4	2	13
30	3	4	4	3	14
31	2	2	4	4	12
32	2	2	2	2	8
33	2	4	4	3	13
34	3	4	4	4	15
35	4	3	3	4	14
36	3	4	4	3	14
37	4	4	4	4	16
38	4	3	4	3	14
39	5	4	4	3	16
40	3	4	4	3	14
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	5	4	17
44	5	4	4	5	18
45	4	4	4	4	16
46	5	4	4	4	17
47	4	3	4	4	15
48	4	4	4	3	15
49	4	4	4	4	16
50	4	3	4	3	14
51	4	3	4	3	14
52	3	4	4	3	14
53	2	2	4	2	10
54	4	3	4	4	15
55	5	4	5	4	18
56	3	4	4	4	15
57	5	4	4	3	16
58	3	4	4	4	15
59	3	4	5	3	15
60	4	5	4	4	17
61	3	4	4	3	14
62	4	2	4	4	14
63	4	4	4	3	15
64	4	2	4	4	14
65	4	3	4	4	15
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	3	15
68	2	3	3	3	11
69	3	4	4	4	15
70	3	4	4	4	15

No	X3				Total
	1	2	3	4	
1	3	3	3	3	12
2	4	4	4	4	16
3	3	4	2	3	12
4	3	4	4	4	15
5	4	4	4	5	17
6	3	4	3	4	14
7	2	3	2	4	11
8	1	2	2	2	7
9	4	4	4	2	14
10	4	4	4	3	15
11	4	4	4	3	15
12	3	2	3	2	10
13	3	4	4	4	15
14	3	4	4	3	14
15	3	4	4	4	15
16	3	3	3	3	12
17	2	4	3	4	13
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	3	15
21	3	3	4	4	14
22	4	4	4	4	16
23	3	4	3	2	12
24	4	3	3	2	12
25	5	5	5	3	18
26	3	4	4	4	15
27	4	5	5	3	17
28	3	4	4	3	14
29	4	4	4	3	15
30	3	3	3	4	13
31	1	2	4	3	10
32	1	2	2	2	7
33	3	4	4	3	14
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	3	15
36	3	4	4	3	14
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	4	19
39	3	4	3	2	12
40	5	4	4	4	17
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	3	3	3	3	12
44	4	5	5	5	19
45	3	3	4	4	14
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	3	4	3	3	13
49	3	4	4	3	14
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	3	15
52	3	3	3	4	13
53	3	4	4	3	14
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	3	3	3	3	12
61	4	4	4	3	15
62	3	4	4	3	14
63	3	4	5	4	16
64	3	3	4	2	12
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	3	15
67	4	3	4	4	15
68	2	2	4	2	10
69	3	3	4	4	14
70	4	4	3	3	14

REKAPITULASI DATA MENTAH (RAW DATA) VARIABEL KUALITAS PRODUK (X4)

No	X4				Total
	1	2	3	4	
1	3	4	4	4	15
2	4	4	4	4	16
3	4	4	3	4	15
4	4	4	4	4	16
5	5	5	4	4	18
6	4	4	3	4	15
7	4	4	4	3	15
8	4	3	3	4	14
9	4	3	4	4	15
10	4	4	4	4	16
11	4	4	5	5	18
12	4	4	3	2	13
13	3	4	4	4	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	2	3	13
17	4	4	4	4	16
18	4	3	4	4	15
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	3	15
22	4	4	4	4	16
23	4	3	4	4	15
24	4	3	4	4	15
25	3	2	4	4	13
26	3	3	4	4	14
27	3	3	4	4	14
28	3	2	4	4	13
29	4	4	4	3	15
30	4	3	4	4	15
31	3	4	4	4	15
32	2	2	2	2	8
33	3	3	3	3	12
34	4	4	4	3	15
35	3	4	3	4	14
36	4	4	3	3	14
37	3	4	3	4	14
38	4	4	4	4	16
39	4	4	3	3	14
40	4	4	4	3	15
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	2	2	12
44	4	4	4	4	16
45	3	4	4	4	15
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	5	4	17
49	4	4	4	4	16
50	4	3	4	3	14
51	3	3	3	3	12
52	4	4	4	3	15
53	4	3	4	3	14
54	3	4	4	2	13
55	3	3	4	4	14
56	4	3	3	3	13
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	3	15
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	3	4	4	4	15
64	4	4	4	4	16
65	4	4	3	4	15
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	5	17
69	4	4	3	3	14



LAMPIRAN 3
DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL r

df	t	r
1	12.71	0.997
2	4.303	0.950
3	3.182	0.878
4	2.776	0.811
5	2.571	0.755
6	2.447	0.707
7	2.365	0.666
8	2.306	0.632
9	2.262	0.602
10	2.228	0.576
11	2.201	0.553
12	2.179	0.532
13	2.160	0.514
14	2.145	0.497
15	2.131	0.482
16	2.120	0.468
17	2.110	0.456
18	2.101	0.444
19	2.093	0.433
20	2.086	0.423
21	2.080	0.413
22	2.074	0.404
23	2.069	0.396
24	2.064	0.388
25	2.060	0.381
40	2.021	0.304
41	2.020	0.301
42	2.018	0.297
43	2.017	0.294
44	2.015	0.291
45	2.014	0.288
46	2.013	0.285
47	2.012	0.282
48	2.011	0.279
49	2.010	0.276
50	2.009	0.273
51	2.008	0.271
52	2.007	0.268
53	2.006	0.266
54	2.005	0.263
55	2.004	0.261
56	2.003	0.259
57	2.003	0.256
58	2.002	0.254
59	2.001	0.252
60	2.000	0.250
61	2.000	0.248
62	1.999	0.246
63	1.998	0.244
64	1.998	0.242
65	1.997	0.240
66	1.997	0.239
67	1.996	0.237
68	1.996	0.235
69	1.995	0.234
70	1.994	0.232

DAFTAR TABEL F

df/Prob.	1	2	3	4	5	6
1	161.446	199.499	215.707	224.583	230.160	233.988
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.329
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.688	3.581
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.44	2.324
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.319
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237
68	3.982	3.132	2.739	2.507	2.350	2.235
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231

DAFTAR TABEL t

df/Prob.	1%	5%	10%	15%	20%	30%
1	63.656	12.706	6.314	4.165	3.078	1.963
2	9.925	4.303	2.920	2.282	1.886	1.386
3	5.841	3.182	2.353	1.924	1.638	1.250
4	4.604	2.776	2.132	1.778	1.533	1.190
5	4.032	2.571	2.015	1.699	1.476	1.156
6	3.707	2.447	1.943	1.650	1.440	1.134
7	3.499	2.365	1.895	1.617	1.415	1.119
8	3.355	2.306	1.860	1.592	1.397	1.108
9	3.250	2.262	1.833	1.574	1.383	1.100
10	3.169	2.228	1.812	1.559	1.372	1.093
11	3.106	2.201	1.796	1.548	1.363	1.088
12	3.055	2.179	1.782	1.538	1.356	1.083
13	3.012	2.160	1.771	1.530	1.350	1.079
14	2.977	2.145	1.761	1.523	1.345	1.076
15	2.947	2.131	1.753	1.517	1.341	1.074
16	2.921	2.120	1.746	1.512	1.337	1.071
17	2.898	2.110	1.740	1.508	1.333	1.069
18	2.878	2.101	1.734	1.504	1.330	1.067
19	2.861	2.093	1.729	1.500	1.328	1.066
20	2.845	2.086	1.725	1.497	1.325	1.064
21	2.831	2.080	1.721	1.494	1.323	1.063
22	2.819	2.074	1.717	1.492	1.321	1.061
23	2.807	2.069	1.714	1.489	1.319	1.060
24	2.797	2.064	1.711	1.487	1.318	1.059
24	2.797	2.064	1.711	1.487	1.318	1.059
50	2.678	2.009	1.676	1.462	1.299	1.047
51	2.676	2.008	1.675	1.462	1.298	1.047
52	2.674	2.007	1.675	1.461	1.298	1.047
53	2.672	2.006	1.674	1.461	1.298	1.047
54	2.670	2.005	1.674	1.460	1.297	1.046
55	2.668	2.004	1.673	1.460	1.297	1.046
56	2.667	2.003	1.673	1.460	1.297	1.046
57	2.665	2.002	1.672	1.459	1.297	1.046
58	2.663	2.002	1.672	1.459	1.296	1.046
59	2.662	2.001	1.671	1.459	1.296	1.046
60	2.660	2.000	1.671	1.458	1.296	1.045
61	2.659	2.000	1.670	1.458	1.296	1.045
62	2.657	1.999	1.670	1.458	1.295	1.045
63	2.656	1.998	1.669	1.457	1.295	1.045
64	2.655	1.998	1.669	1.457	1.295	1.045
65	2.654	1.997	1.669	1.457	1.295	1.045
66	2.652	1.997	1.668	1.456	1.295	1.045
67	2.651	1.996	1.668	1.456	1.294	1.045
68	2.650	1.995	1.668	1.456	1.294	1.044
69	2.649	1.995	1.667	1.456	1.294	1.044
70	2.648	1.994	1.667	1.456	1.294	1.044

Validity and

Reliability

Variable

Table

Table

Table

Table

Table

Reliability

Table

Alpha

UNIVERSITAS

JEMBER

LAMPIRAN 4

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Validity and Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

* Variabel kepuasan nasabah (Y)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Y1	3.8143	.5969	70.0
2.	Y2	3.8429	.6287	70.0
3.	Y3	3.6429	.7992	70.0
4.	Y4	3.7571	.5757	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.0571	3.0402	1.7436	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y1	11.2429	2.1576	.3001	.5507
Y2	11.2143	1.9969	.3647	.5036
Y3	11.4143	1.7534	.3062	.5735
Y4	11.3000	1.8942	.5140	.3991

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0 N of Items = 4

Alpha = .5782

	Y ₁	Y ₂	Y ₃
Y ₁	—		
Y ₂	—	—	
Y ₃	—	—	—

Validity and Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

** Variabel pelayanan (X1)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1.1	3.8286	.8160	70.0
2.	X1.2	3.5143	.7171	70.0
3.	X1.3	3.7143	.8870	70.0
4.	X1.4	4.0571	.6344	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.1143	5.2041	2.2813	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1.1	11.2857	3.1636	.4736	.6923
X1.2	11.6000	3.3739	.4995	.6753
X1.3	11.4000	2.8522	.5224	.6677
X1.4	11.0571	3.3880	.6053	.6292

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0 N of Items = 4

Alpha = .7263

Validity and Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

*** Variabel fasilitas (X2)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X2.1	3.6857	.7717	70.0
2.	X2.2	3.7000	.6884	70.0
3.	X2.3	4.0143	.6018	70.0
4.	X2.4	3.6286	.7055	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.0286	3.5934	1.8956	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X2.1	11.3429	2.1416	.3792	.5658
X2.2	11.3286	2.3977	.3385	.5896
X2.3	11.0143	2.4491	.4153	.5402
X2.4	11.4000	2.1275	.4704	.4908

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0 N of Items = 4

Alpha = .6175

Validity and Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

**** Variabel sistem bagi hasil (X3)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X3.1	3.4429	.8450	70.0
2.	X3.2	3.7429	.6954	70.0
3.	X3.3	3.7714	.6846	70.0
4.	X3.4	3.4286	.7722	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.3857	5.7766	2.4035	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X3.1	10.9429	3.0112	.6995	.7285
X3.2	10.6429	3.4213	.7275	.7200
X3.3	10.6143	3.6027	.6561	.7531
X3.4	10.9571	3.7807	.4661	.8388

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0 N of Items = 4

Alpha = .8111

Validity and Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

***** Variabel kualitas produk (X4)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X4.1	3.7971	.5023	69.0
2.	X4.2	3.7391	.5854	69.0
3.	X4.3	3.7681	.5977	69.0
4.	X4.4	3.6957	.6486	69.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.0000	2.7353	1.6539	4

Item-total Statistics

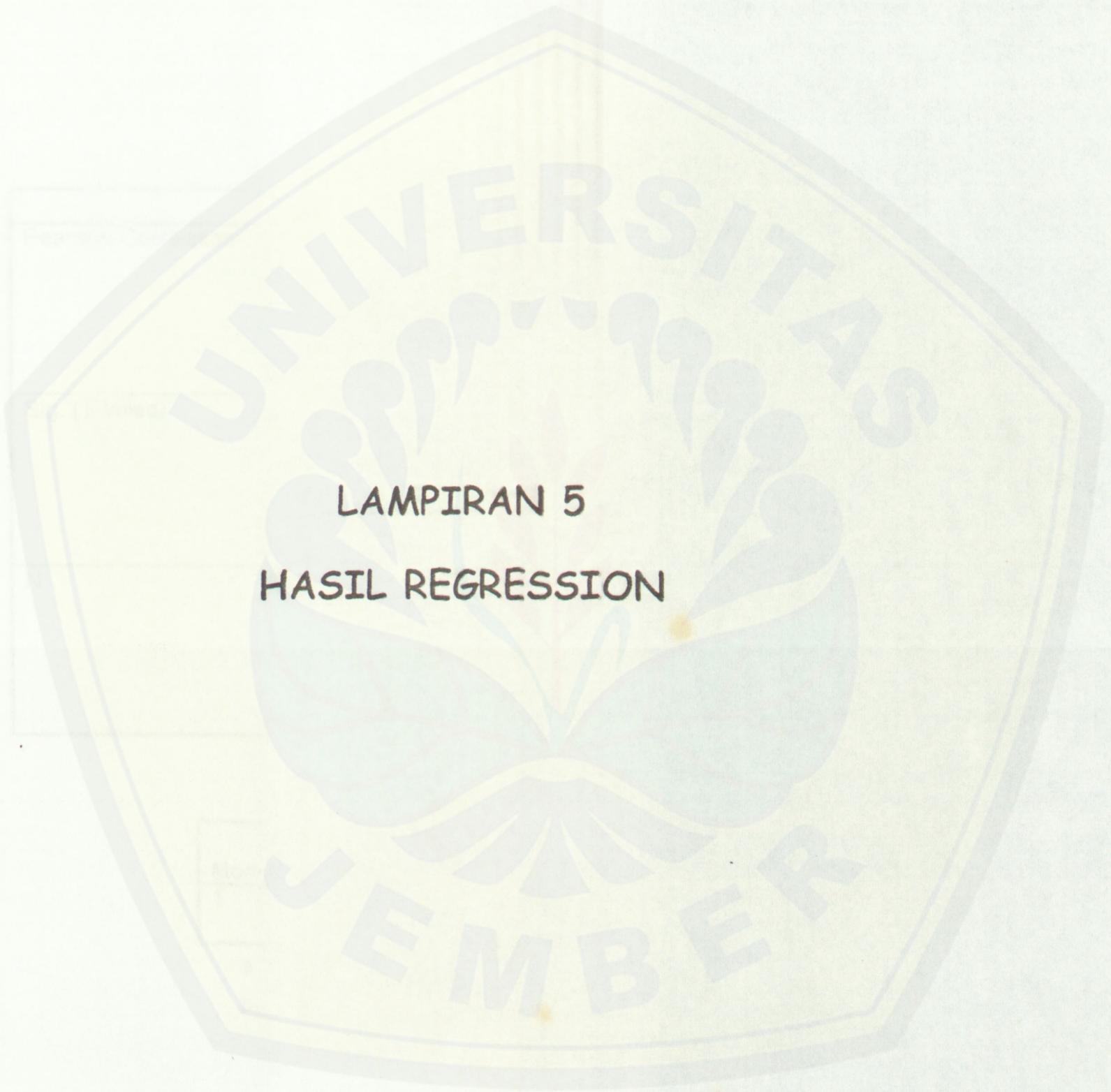
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X4.1	11.2029	1.8406	.4713	.5867
X4.2	11.2609	1.7839	.3892	.6337
X4.3	11.2319	1.6219	.4967	.5606
X4.4	11.3043	1.5972	.4376	.6057

Reliability Coefficients

N of Cases = 69.0 N of Items = 4

Alpha = .6641

LAMPIRAN 5
HASIL REGRESSION



Regression

Y	Mean	Std. Deviation	N
X1	15.114	2.2181	70
X2	15.028	1.8195	70
X3	14.385	2.4103	70
X4	15.000	1.6141	70

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4
Pearson Correlation	Y	1.000	.560	.614	.642	.483
	X1	.560	1.000	.418	.359	.371
	X2	.614	.418	1.000	.437	.363
	X3	.642	.359	.437	1.000	.389
	X4	.483	.371	.363	.389	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.001	.001
	X2	.000	.000	.	.000	.001
	X3	.000	.001	.000	.	.000
	X4	.000	.001	.001	.000	.
N	Y	70	70	70	70	70
	X1	70	70	70	70	70
	X2	70	70	70	70	70
	X3	70	70	70	70	70
	X4	70	70	70	70	70

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.792 ^a	.627	.604	1.2637	.627	27.327	4	65	.000

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	174.548	4	43.637	27.327	.000 ^a
Residual	103.795	65	1.597		
Total	278.343	69			

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Coefficients

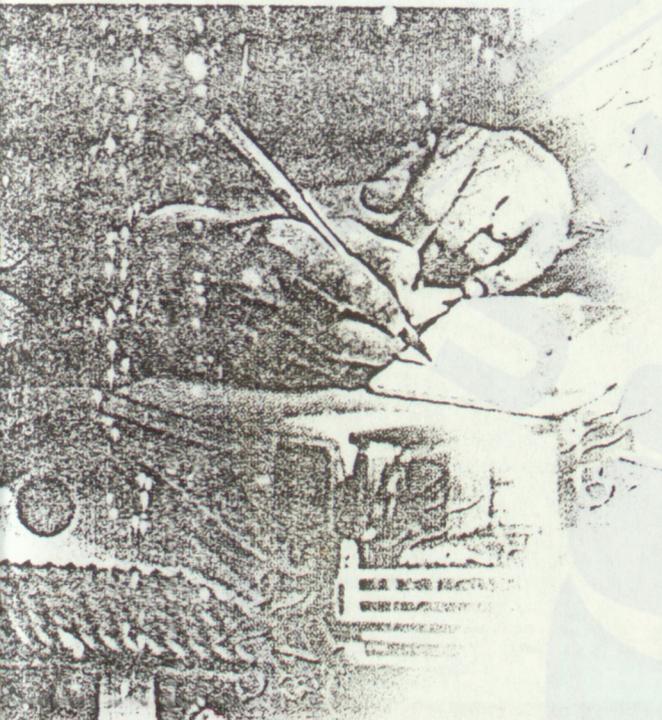
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
						Beta	Zero-order	Partial
1 (Constant)	-.684	1.619		-.423	.674			
X1	.222	.077	.252	2.881	.005	.560	.337	.218
X2	.315	.095	.298	3.313	.002	.614	.380	.251
X3	.308	.074	.368	4.152	.000	.642	.458	.315
X4	.169	.106	.139	1.600	.114	.483	.195	.121

a. Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 6
PRODUK-PRODUK
PT BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH
CABANG MALANG

Bersama Kemajukan Usaha Anda



...aan syariah ditujukan untuk memenuhi kebutuhan usaha Anda sesuai dengan prinsip syariah, yakni bagi hasil, jual dan sewa beli yang terbebas dari penetapan bunga.

...dengan prinsip syariah Anda akan mendapatkan pembiayaan yang adil karena kemajuan usaha Anda adalah juga kemajuan Bank BNI Syariah!

...manfaat fasilitas pembiayaan dari Bank BNI Syariah, dengan persyaratan yang mudah dan fleksibel. Segera hubungi Cabang Bank BNI Syariah terdekat.

Tujuan Pembiayaan :

- Pembiayaan konsumtif, untuk memenuhi kebutuhan Anda akan barang-barang konsumtif : kendaraan, rumah tinggal, furniture, dll.
- Pembiayaan produktif, untuk membantu perusahaan Anda memperoleh modal kerja dan barang modal.

Manfaat :

- Rasa tentram, karena dengan pembiayaan dengan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi.
- Rasa aman, karena prinsip syariah akan memberikan pembiayaan yang lebih adil.
- Rasa tenang, karena tidak ada beban bunga yang ditetapkan di depan.

Bentuk-Bentuk Pembiayaan Syariah :

- ▶ **Murabahan**, adalah pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembiayaan ini cocok untuk Anda yang membutuhkan tambahan aset namun kekurangan dana untuk melunasinya secara sekaligus.
- ▶ **Mudharabah**, adalah pembiayaan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha yakni perdagangan, perindustrian dan pertanian serta jasa.
- ▶ **Musarakah**, adalah pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, yang persinya disesuaikan dengan porsi penyertaan. Cocok bagi Anda yang telah memiliki usaha dan bermaksud mengembangkannya namun masih kekurangan dana untuk niat Anda tersebut.
- ▶ **Ijarah Bai Ut Takjiri**, adalah pembiayaan berdasarkan prinsip sewa beli. Pembiayaan ini cocok untuk Anda yang menginginkan tambahan aset yang diperoleh melalui sewa yang pada akhirnya bertujuan untuk pengalihan kepemilikan aset tersebut kepada Anda.

(Q.S. Al-Baqarah : 275)

"Dan Allah telah menghalalkan jual - beli dan mengharamkan riba".

(Q.S. An-Nisaa : 29)

"Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu".

Investasi yang aman dan menguntungkan bagi hasil



Investasi Mudharabah merupakan investasi Anda secara individu maupun perusahaan dalam bentuk deposito yang sesuai dengan prinsip syariah Mudharabah. Mudharabah, yang merupakan investasi yang tepat bagi Anda yang ingin berinvestasi dana selama jangka waktu tertentu. Dana Anda akan diinvestasikan pada sektor riil yang menguntungkan untuk memajukan ekonomi umat, sehingga selain berinvestasi sekaligus juga beribadah.

Persyaratan Mudah :

Hanya dengan menyerahkan foto copy KTP / SIM / Paspor atau identitas lainnya dan dengan nominal minimal Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah) serta mengisi dan menandatangani permohonan pembukaan rekening, Anda sudah dapat menginvestasikan uang Anda secara aman dan menguntungkan.

Keunggulan

- Dana Anda aman *duniawi* dan *ukhrowi* karena dikelola sesuai syariah.
- Bagi hasil dapat diambil setiap bulan atau otomatis langsung dikreditkan ke rekening Tabungan Mudharabah atau Giro Wadiah Anda atau dikliringkan.
- Dana dioperasikan ke sektor-sektor usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan syariah serta difokuskan kepada sektor riil untuk memajukan ekonomi umat.
- Dikelola oleh SDM Bank BNI-Syariah yang profesional sehingga investasi Anda akan berkembang dan menguntungkan.

Mudharabah Muthlaqah

Merupakan simpanan dana masyarakat (pemilik dana / shahibul maal) yang oleh Bank BNI Syariah (mudharib) akan dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan. Hasil keuntungan tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pemilik dana dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati.

“Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)”. (QS. Ar-Ruum :39)

memberikan
kemudahan, aman
bagi hasil
yang menarik



...ada salah seorang diantaramu yang
...mempunyai kebun kurma dan anggur
...mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia
...nyai dalam kebun itu segala macam buah-
...kemudian datanglah masa tua pada
...tu sedang dia mempunyai keturunan
...asih kecil-kecil (lemah)..." (QS. 2 :266)

Tabungan Mudharabah adalah simpanan nasabah berbentuk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah yakni Mudharabah Muthlaqah, yang dapat disetor & diambil di seluruh cabang Bank BNI. Selain itu untuk kemudahan bertransaksi, diberikan fasilitas ATM SYARIAHPLUS yang dapat dimanfaatkan di lebih dari 1.500 ATM Bank BNI di seluruh Indonesia.

Persyaratan Mudah

Cukup dengan menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya dan setoran awal Rp. 25.000,- serta mengisi dan menandatangani permohonan pembukaan rekening, Anda sudah menjadi nasabah Tabungan Mudharabah Bank BNI Syariah. Setoran selanjutnya minimal hanya sebesar Rp. 5.000,-

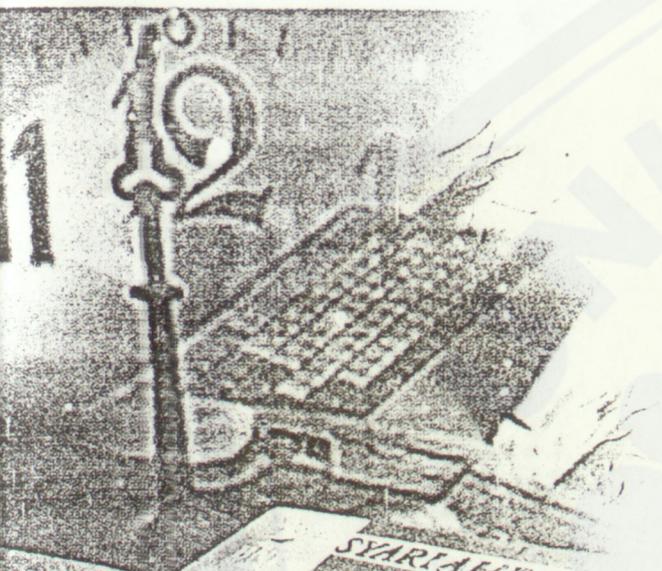
Keunggulan

- Uang Anda aman *duniawi* dan *ukhrowi* karena di kelola sesuai syariah.
- Merupakan Bank Syariah dengan jaringan paling luas karena didukung oleh kecanggihan teknologi Bank BNI, sehingga Anda mudah bertransaksi melalui seluruh jaringan cabang dan ATM Bank BNI di seluruh Indonesia.
- Memiliki SDM yang profesional dan berpengalaman, sehingga dana Anda dioperasikan di sektor riil yang menguntungkan untuk memajukan ekonomi umat.
Dengan menabung di Tabungan Mudharabah, ibadah dan uang terkumpul.

Mudharabah Muthlaqah

Merupakan simpanan dana masyarakat (pemilik dana/shahibul maal) yang oleh Bank BNI Syariah (mudharib) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan. Hasil keuntungan tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pihak penabung dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati.

mendukung aktivitas usaha anda sesuai syariah



Wadiah merupakan simpanan nasabah untuk giro dengan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan saat dengan menggunakan media cek atau giro.

Prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang sesuai dengan syariah, Giro Bank BNI Syariah merupakan pilihan tepat bagi Anda yang menginginkan nilai lebih oleh rekanan bisnis

Anda dapat membuka rekening Giro Bank BNI Syariah untuk mendukung aktivitas bisnis Anda dan rasakan betapa mudahnya Giro Bank BNI Syariah.

Persyaratan Mudah :

Giro Perorangan :

- ▶ Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya.
- ▶ Mengisi formulir aplikasi.
- ▶ Foto copy NPWP, SIUP dan legalitas usaha lainnya.
- ▶ Setoran awal minimal sebesar Rp. 500.000,-

Giro Perusahaan / lembaga :

- ▶ Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya atas yang berhak pada perusahaan / lembaga, serta akta pendirinya.
- ▶ Mengisi formulir aplikasi.
- ▶ Foto copy NPWP, SIUP dan legalitas usaha lainnya.
- ▶ Setoran awal minimal sebesar Rp. 1.000.000,-

Keunggulan :

- Uang anda aman *duniawi* dan *ukhrowi* karena dikelola sesuai syariah oleh Bank BNI Syariah yang sudah terbukti aman dan dipercaya.
- Dapat memperoleh bonus yang menarik.
- Rekening Giro Wadiah perorangan dapat memperoleh Kartu ATM Syariahplus.
- Seluruh transaksi anda tercatat melalui rekening giro secara *computerized*.
- Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan khususnya untuk kemajuan ekonomi umat dan tidak bertentangan dengan syariah.

Wadiah Yad Dhamanah :

- Merupakan titipan dana murni yang dengan seizin dari pemilik dana dapat dioperasikan oleh bank untuk mendukung sektor riil dengan jaminan bahwa dana dapat ditarik sewaktu-waktu oleh pemilik dana (dengan menggunakan media cek atau bilyet giro).
- Keuntungan / kerugian atas pemanfaatan dana tersebut sepenuhnya menjadi hak dan tanggung jawab dari bank, sedangkan pemilik dana (*shahibul maal*) tidak memperoleh imbalan dan tidak bertanggung jawab jika terjadi kerugian. Namun kepada pemilik dana dapat diberikan bonus yang tidak diperjanjikan di depan melainkan tergantung dari kebijakan bank yang dikaitkan dengan pendapatan bank.

(Q.S. Al-Baqarah : 283)

"... Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanahnya (titipannya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Tuhannya".

menginginkan sistem perbankan berdasarkan prinsip syariah dalam rangka mewujudkan Bank BNI sebagai universal banking.

Bank BNI Syariah merupakan unit tersendiri di Bank BNI dan secara struktural tidak terpisah dengan unit-unit lain di Bank BNI dan bergerak khusus di perbankan syariah. Namun demikian dalam operasional dan pembukuannya sama sekali terpisah dengan Bank BNI yang melakukan kegiatan perbankan umum, tanpa mengurangi fasilitas pelayanan yang ada di Bank BNI. Hal ini kami lakukan untuk memenuhi ketentuan yang berlaku, dan menjaga agar kegiatan usaha kami tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.

Apa saja keunggulan Bank BNI Syariah ?

- Dengan teknologi perbankan yang dimiliki Bank BNI menyebabkan nasabah Bank BNI Syariah dapat memanfaatkan seluruh jaringan Bank BNI baik cabang secara on-line maupun lebih dari 1.500 ATM Bank BNI. Hingga saat ini Bank BNI Syariah merupakan Bank Syariah yang memiliki jaringan paling luas.
- Memiliki Syariah Production Counter (SPC) pada sejumlah kantor cabang Bank BNI untuk meningkatkan pelayanan dan memudahkan anda yang bertempat tinggal jauh dari kantor cabang syariah.
- Produk dan jasa yang lengkap yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan anda akan produk dan jasa perbankan.

Insyah Allah membawa berkah

S. Al-Baqarah : 278-279)

...
... orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka tahutilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangiyou. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan) maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.

...
... seorang pada Hari Aklir nanti pasti akan ditanya tentang empat hal : usianya untuk apa dihabiskan, uangnya untuk apa dipergunakan, hartanya dari mana lapatkan dan untuk apa dipergunakan, serta ilmunya untuk apa dia pergunakan " (Hadits riwayat Abu Dawud).

tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembiayaan ini cocok untuk anda yang membutuhkan tambahan asset namun kekurangan dana untuk melunasinya secara sekaligus.

- Mudharabah, adalah pembiayaan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha dan yakni perdagangan, perindustrian dan pertanian serta jasa.
- Musyarakah, adalah pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, yang porsinya disesuaikan dengan proporsi penyertaan. Cocok bagi anda yang telah memiliki usaha dan bermaksud mengembangkan dana namun masih kekurangan dana untuk niat anda tersebut.
- Ijarah Bai Ut Takjiri, adalah pembiayaan berdasarkan prinsip sewa beli. Pembiayaan ini cocok untuk anda yang menginginkan tambahan asset yang diperoleh melalui sewa yang pada akhirnya bertujuan untuk pengalihan pemilikan asset tersebut kepada anda.

Produk Jasa :

- Kiriman Uang, dengan fasilitas on-line Bank BNI Syariah, anda dapat melakukan pengiriman uang / transfer kepada rekanan bisnis atau keluarga antar cabang Bank BNI Syariah atau Bank BNI Konvensional secara cepat bagaikan "secepat kedipan mata".
- Inkaso, bagi anda yang membutuhkan penagihan warkat-warkat yang berasal dari kota lain secara cepat dan aman, percayakan jasa inkaso kepada Bank BNI Syariah.
- Garansi Bank, bagi anda yang membutuhkan penjaminan kepada rekanan bisnis untuk keperluan tender proyek, pelaksanaan proyek dan sebagainya, manfaatkan jasa yang disediakan oleh Bank BNI Syariah, Bank yang aman dan terpercaya.



LAMPIRAN 7
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
Cabang Syariah Malang
Ks. Agung Suprpto 48
(0341) 3359129 - 359130
Faks (0341) 359128
65111



Malang, 13 JUN 2003

Ref: MGS/01/084
: Surat Keterangan
No.: ----

Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Jember
Jl. Kalimantan No. 37
Jember

Assalamualaikum w. w.

Surat Saudara Nomor 259/J25.3.1/PL.5/2003 tanggal 25 Maret 2003

Menunjuk surat di atas dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa Saudara :

Nama : Yoyok Ivanto
Nomor Pokok : 99-1333
Fak./Jurusan : Ekonomi / Manajemen

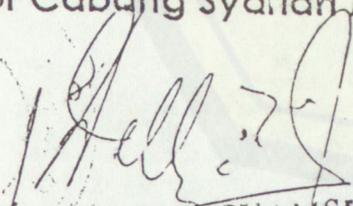
telah melaksanakan riset dalam rangka penelitian di kantor kami dari tanggal 5 Mei 2003 sampai dengan 6 Juni 2003.

Demikian kami informasikan, terima kasih.

Wassalamualaikum w. w.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
Kantor Cabang Syariah Malang





DELYUZAR SYAMSI
Pem. Bid. Operasional