

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI PENENTU KEPUASAN NASABAH PT BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK

Asiah, Marlya Fatira AK, Rizal Agus
Politeknik Negeri Medan, Medan Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 137 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif kuat dan signifikan sebesar 0,550 terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat berpengaruh positif kuat dan signifikan sebesar 0,711 terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,526 ini berarti kemampuan variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat sebagai penentu kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman dapat mempengaruhi sampai dengan 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of the price and quality of the iB Muamalat Savings product on Customer Satisfaction at PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. The research method is using questioners with the number of respondents are 137 person. The data analysis method is using multiple linear regression by using SPSS 22. The results of this study indicate the price has a strong and significant positive effect of 0.550 on customer satisfaction at PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman and the quality of iB Muamalat Savings products have a strong and significant positive effect amounting to 0.711 to customer satisfaction at PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. The price and quality of the iB Muamalat Savings product simultaneously have a positive and significant effect with the coefficient of determination (R^2) of 0.526, which mean the ability of the price and quality of iB Muamalat Savings products to customer satisfaction at PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman affects the variation of ups and downs customer satisfaction at PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman amounted to 52.6% while the remaining 47.4% was influenced by other variables not include in this study.

Keywords: Price; Product Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan nasabah bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti halnya bank syariah merupakan hal yang utama. Kepuasan yang dirasakan nasabah setiap bertransaksi kepada sebuah perusahaan akan menentukan opininya yang akan tersampaikan kepada orang lain. Keadaan ini menjadikan kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dan menjadi prioritas pada perusahaan jasa.

Berbagai faktor bisa menjadikan dasar bagi nasabah untuk menjadi puas atau tidak dalam bertransaksi pada sebuah perusahaan. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa dengan teknologi yang canggih dan didukung oleh pelayanan yang baik akan menjadi tolak ukur bertahan dalam kegiatan bisnis (Priyadi & Suwitho, 2018).

Perubahan tingkat ekonomi masyarakat, tingkat sosial masyarakat dengan penggunaan teknologi informasi, maka terjadi peningkatan kemampuan konsumen untuk memilih produk yang tepat untuk memberikan kepuasan, keadaan ini menjadikan pilihan marketing untuk konsep customer oriented sebagai hal yang diprioritaskan (Rahayu et al., 2019). Selain produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang penting diperhatikan konsumen dalam memilih pelayanan yang diberikan bank. Harga mampu memberikan pengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah dan membentuk loyalitas nasabah sampai dengan 34,62% (Burhanudin, 2018). Pelanggan yang merasa puas akan melakukan penggunaan ulang terhadap jasa perbankan yang diberikan sehingga informasi yang diperoleh dapat dijadikan

Email: marlyafatira@polmed.ac.id

sebagai masukan untuk manajemen perbankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan (Burhanudin, 2018).

Salah satu bank syariah yang ikut berkompetisi dalam memberikan kepuasan kepada nasabahnya adalah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk yang merupakan bank syariah pertama yang berdiri di Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk memiliki beberapa kantor cabang yang berpusat di beberapa provinsi di Indonesia salah satunya di kota Medan tepatnya pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Pada saat melakukan wawancara pra penelitian ditemukan masalah pada nasabah Tabungan iB Muamalat dimana jumlah nasabah Tabungan iB Muamalat yang cenderung mengalami penurunan dari tahun 2013 hingga tahun 2018. Berikut ini jumlah nasabah Tabungan iB Muamalat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah Nasabah Tabungan iB Muamalat Mudharabah
PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman

Tahun	Jumlah Nasabah
2013	527
2014	269
2015	220
2016	105
2017	190
2018*	210

Ket*: Jumlah nasabah baru yang mendaftar Tabungan iB Muamalat dari bulan Januari s.d Juni 2018 berjumlah 20 orang.

Sumber: PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman

Berdasarkan informasi pra penelitian, penurunan jumlah nasabah dapat disebabkan oleh banyak faktor, antara lain dikarenakan jumlah mesin ATM yang sedikit sehingga menyulitkan nasabah apabila ingin menarik dana secara cepat, hal ini menyebabkan nasabah terpaksa menggunakan fasilitas ATM bank lain yang tentunya dikenakan biaya dan biaya administrasi yang cukup mahal, sedangkan pada iklan yang disampaikan bank biaya administrasi adalah ringan juga termasuk alasan nasabah kurang puas, hingga akhirnya memutuskan untuk menutup rekening. Alasan tersebut kemungkinan terjadi karena disebabkan kondisi yang dialami oleh PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk terkait permasalahan permodalan. PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk mengungkapkan permasalahan yang terjadi saat ini bukanlah masalah keuangan atau pun pelaksanaan operasional yang terancam bangkrut, melainkan karena kebutuhan penambahan modal untuk ekspansi. Permodalan tersebut digunakan untuk menyelesaikan pembiayaan bermasalah dan ekspansi. Karena itu, PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk membutuhkan penambahan modal untuk mengembangkan bisnis dan pencadangan (www.viva.co.id diunduh 12 September 2018). Hal inilah yang mungkin menyebabkan PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk banyak menutup kantor cabang dan ATM nya, sehingga menyulitkan nasabah untuk bertransaksi dan mengakibatkan ketidakpuasan bagi nasabah yang berakhir pada keputusan untuk menutup rekening.

Banyak cara yang dapat dilakukan dalam mencapai tujuan utama bank guna memberi kepuasan kepada nasabah diantaranya adalah dengan memperhatikan faktor harga. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha dalam Amanah (2010: 72). Tjiptono (2002:151) berpendapat bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga dengan tepat karena pada umumnya pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif terjangkau sesuai dengan kemampuan pelanggan. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ari Prasetyo (2012) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan hasil bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara koefisien determinasi parsial besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 44,48%. Yang termasuk harga dalam penelitian ini adalah bagi hasil dan biaya administrasi.

Selain harga, adapun yang menjadi pertimbangan dalam memenuhi kepuasan nasabah adalah dengan memberikan produk-produk yang berkualitas kepada nasabah. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Produk merupakan jawaban atas kebutuhan nasabah yang harus dipenuhi oleh bank. Pada umumnya, produk yang dihasilkan berbentuk dua macam, yaitu berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*). Kualitas produk menurut Irawan dan Japariato (2013:2) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Sedangkan menurut Hidayat (2009: 59) kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Adapun, produk yang diinginkan nasabah, adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank yang lain. Tidak hanya itu, agar bisa tetap bertahan menghadapi persaingan yang semakin ketat antar perbankan, bank-bank syariah harus terus melakukan berbagai inovasi, termasuk mendesain berbagai produk, baik penghimpunan dana maupun pembiayaan semenarik mungkin.

Demikian pula pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. Salah satu produk yang dikeluarkan oleh PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman adalah Tabungan iB Muamalat dimana tabungan ini menggunakan akad *mudharabah*. Tabungan iB Muamalat ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* lokal dan luar negeri (www.bankmuamalat.co.id diunduh 16 Juli 2018). Saat ini PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk berada diperingkat kedua sebagai bank syariah terbaik di Indonesia (www.perbankanindonesia.com diunduh 12 September 2018). Sedangkan berdasarkan Top Brand Award 2018 kategori *banking* dan *finance*, PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk berada diperingkat kelima (www.topbrand-award.com diunduh 12 September 2018).

Hadirnya produk Tabungan iB Muamalat dengan berbagai fasilitasnya diharapkan dapat memenuhi kepuasan yang diinginkan nasabah. Namun dalam hal ini kepuasan nasabah tidak mudah untuk dicapai karena setiap nasabah memiliki standar kepuasan yang berbeda-beda. Dari banyaknya temuan-temuan empiris yang menegaskan bahwa adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan kajian secara mendalam, khususnya untuk menjawab permasalahan tentang besarnya pengaruh harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat sebagai penentu kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan oleh konsumen dalam rangka memperoleh produk dan jasa yang spesifik. Harga pada penelitian ini adalah bagi hasil dan biaya administrasi. (Diasari (2016:3), Amanah (2010:72), Tjiptono (2015:290), (Kasmir, 2008:135). Menurut Ibnu Khaldun dalam Rozalinda (2016:163) penentuan harga dalam Islam dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Kenaikan penawaran ataupun penurunan permintaan menyebabkan penurunan harga, demikian pula sebaliknya penurunan penawaran atau kenaikan permintaan akan menyebabkan menaikkan harga.

Menurut Tjiptono, (2015:291) menyampaikan tujuan penetapan harga antara lain untuk membentuk citra (*image*) perusahaan guna memenangkan pasar, juga tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh PT BMI yang pada akhirnya akan mencapai volume penjualan dan perolehan laba yang sesuai target.

Penentuan harga pada sebuah produk akan memperhatikan kualitas dari produk itu sendiri. Kotler dan Armstrong (2008) dalam Irawan dan Japariato (2013:2) Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Produk yang diinginkan pelanggan, adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank yang lain. Sehingga pada akhirnya akan meningkatkan

penjualan perusahaan, karena banyak nasabah membeli dan merasa bangga sehingga turut mempromosikan saat menggunakan produk sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menggaet nasabah baru.

Dalam Islam Kualitas Produk dalam Islam kualitas produk harus berdasarkan dengan nilai kejujuran dan keadilan. Kualitas produk haruslah sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi perusahaan tidak boleh menyembunyikan kecacatan dari produk yang mereka tawarkan kepada pembeli Wasiah (2017:13). Pada penelitian ini variabel kualitas produk yang diukur hanya enam dimensi yaitu: *Performance* (kinerja), *features* (fitur), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian spesifikasi), *serviceability* (pelayanan), dan *esthetics* (estetika). Alasannya karena kuisisioner yang akan dibuat merujuk pada penelitian terdahulu yang digunakan pada penelitian ini hanya menggunakan enam dimensi.

Kepuasan nasabah menurut Sumarwan (2003) dalam Perdana dan Prayitno (2014:6) adalah dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya dipercaya oleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut. Kepuasan nasabah dapat diukur antara lain mealui (Siwantara, 2011) dalam Perdana dan Prayitno (2014:6):

- a. Kesesuaian produk yang ditawarkan
- b. Kemudahan dalam melakukan transaksi
- c. Kesesuaian pelayanan

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank, atau dengan kata lain apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan (Kasmir, 2008:162):

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif. Data primer diperoleh dari kuisisioner yang diberikan kepada nasabah produk Tabungan iB Muamalat di bulan Juni tahun 2018, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah referensi yang diperoleh melalui studi perustakaan, untuk memperoleh informasi dari buku– buku referensi, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder ini mengacu pada objek penelitian yaitu PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan sudirman. Data digunakan merupakan data primer diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan kepada 137 nasabah dari 210 populasi nasabah yang terdapat di bank. Penentuan sample dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan variable independen berupa harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat Sebagai variable X. Variabel Dependen (Y) adalah kepuasan nasabah. Berikut adalah definisi operasional variabel:

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Instrumen Kuisioner
1.	Harga	Bagi perbankan, khususnya bank berdasarkan prinsip konvensional harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil (Kasmir, 2008:135).	1. Bagi Hasil 2. Biaya Administrasi	1,2,3 4,5
2.	Kualitas Produk Tabungan iB Muamalat	Kotler dan Armstrong (2008) dalam Irawan dan Japariato (2013:2) Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.	1. <i>Performance</i> (Kinerja) 2. <i>Features</i> (Fitur) 3. <i>Reliability</i> Keandalan) 4. <i>Conformance</i> (Kesesuaian) 5. <i>Serviceability</i> (Pelayanan) 6. <i>Aesthetics</i> (Estetika)	1,2,3 1,2,3 1,2,3 1,2,3 1,2,3 1,2,3
3.	Kepuasan Nasabah	Kepuasan nasabah menurut Sumarwan (2003) dalam Perdana dan Prayitno (2014:6) adalah dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya dipercaya oleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut.	1. Kesesuaian produk yang ditawarkan. 2. Kemudahan dalam melakukan transaksi. 3. Kesesuaian pelayanan.	1,2 3,4 5,6

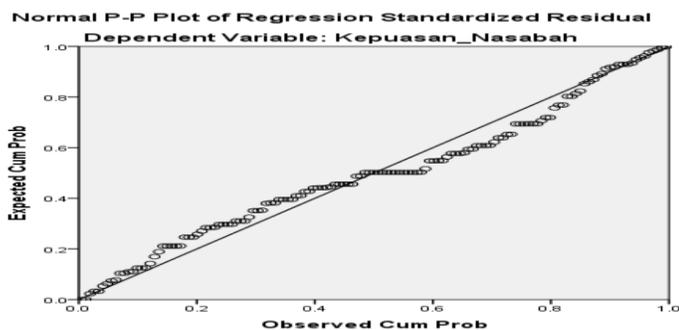
Sumber: Diolah dari berbagai sumber Juli 2018

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh kesimpulan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

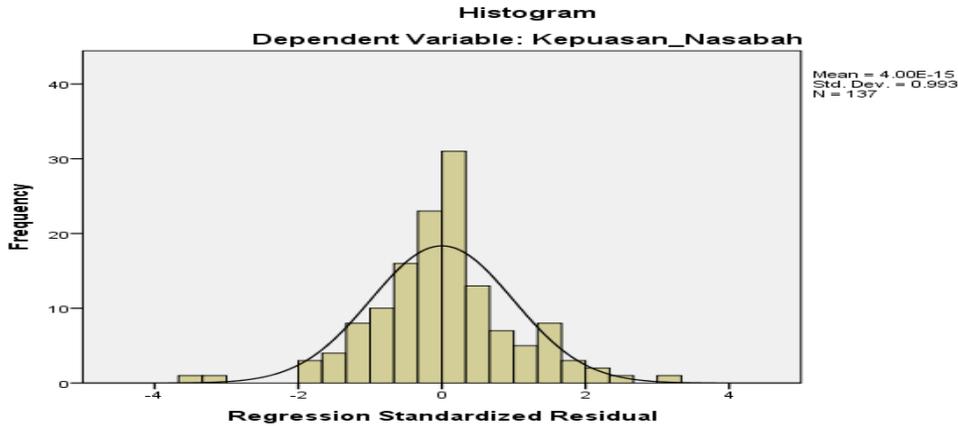
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS 22
Gambar 1 Grafik P-Plot

Berdasarkan Gambar 1 di atas menjelaskan grafik P-P Plot uji normalitas dapat dilihat bahwa pada grafik titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal memberikan pola distribusi yang normal. Hal ini menunjukkan bahwa residual yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi layak digunakan karena telah memenuhi syarat uji asumsi normalitas (Ghozali, 2016:170).



Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Gambar 2 Histogram

Pada Gambar 2 dilihat bahwa perbandingan antara data observasi distribusi mendekati normal. Terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan bahwa pola distribusi yang mendekati normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

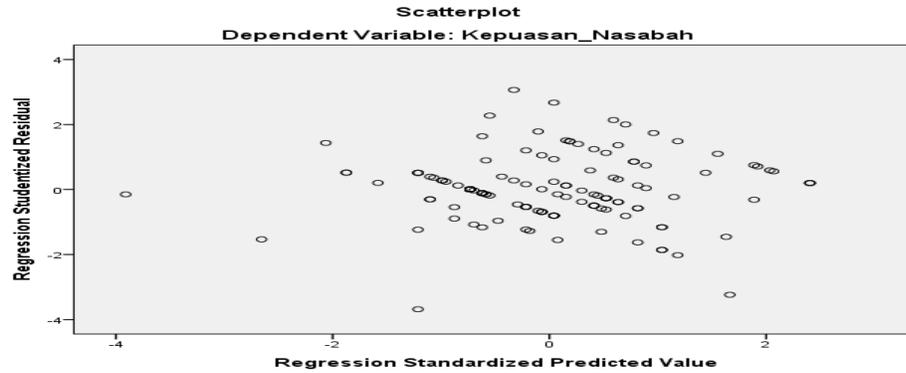
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.161	.254		.635	.526		
	Harga	.169	.071	.179	2.372	.019	.620	1.613
	Kualitas_Produk_Tabungan_iBMuamalat	.777	.098	.601	7.953	.000	.620	1.613

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dilihat nilai *Tolerance* dan nilai *VIF* dari masing-masing variabel independen yaitu variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat. Pada variabel harga nilai *Tolerance* sebesar 0,620 yang berarti lebih besar dari 0,10, begitu pula nilai *VIF* variabel harga sebesar 1,613 lebih kecil dari 10 sedangkan pada variabel kualitas Tabungan iB Muamalat sebesar 0,620 lebih besar dari 0,10 begitu pula dengan nilai *VIF* dari masing-masing variabel independen sebesar 1,613 lebih kecil dari 10, maka dapat diartikan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel independen tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan berdasarkan analisis grafik *scatter plot* yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan *Output Scatterplot* diatas, terlihat bahwa titik-titik seperti membentuk pola garis lurus sehingga model regresi ini diragukan terjadi heteroskedastisitas. Uji Heterokedastisitas dengan melihat Grafik Scatterplot mempunyai kelemahan yang cukup signifikan sebab jumlah pengamatan tertentu sangat mempengaruhi hasil plotting. Oleh sebab itu, untuk mempertegas apakah terjadi masalah heterokedastisitas atau tidak maka dilakukan uji heterokedastisitas dengan uji spearman, diperoleh hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Spearman

			Harga	Kualitas_Produk_Tab	Unstandardized
Spearman's rho	Harga	Correlation	1.000	.498**	-.001
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.989
		N	137	137	137
	Kualitas_Produ k_Tabungan_iB Muamalat	Correlation	.498**	1.000	-.027
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.752
		N	137	137	137
Unstandardized Residual		Correlation	-.001	-.027	1.000
		Sig. (2-tailed)	.989	.752	.
		N	137	137	137

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel penelitian yaitu pada variabel harga sebesar 0,989 dan variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat sebesar 0,752. Karena nilai dari semua variabel independen > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Signifikan	T	Sig.
(Constant)	0,161	0,526	.635	.526
Harga	0,169	0,019	2.372	.019
Kualitas_Produk_Tabungan_iB Muamalat	0,777	0,000	7.953	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 5 di atas, diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 0,161 + 0,169X_1 + 0,777X_2$$

Atau

$$\text{Kepuasan Nasabah} = 0,161 + 0,169 \text{ Harga} + 0,777 \text{ Kualitas Produk Tabungan iB Muamalat}$$

Dari persamaan regresi di atas dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut:

Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,169 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Berarti, jika variabel harga mengalami kenaikan sebesar 1 poin maka nilai kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman akan mengalami kenaikan sebesar 0,169 poin, semakin naik harga maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman terhadap penggunaan Tabungan iB Muamalat. Pada tabel variabel harga terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman sebesar 0,550. Artinya hubungan variabel harga terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman adalah kuat dan signifikan. Dikatakan signifikan karena nilai signifikannya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Koefisien regresi variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat sebesar 0,777 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Berarti, jika variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat mengalami kenaikan sebesar 1 poin maka nilai kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman akan mengalami kenaikan sebesar 0,777 poin, semakin naik kualitas produk Tabungan iB Muamalat maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman terhadap penggunaan Tabungan iB Muamalat. Koefisien kolerasi variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman sebesar 0,711. Artinya hubungan variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman adalah kuat dan signifikan. Dikatakan signifikan karena nilai signifikannya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Uji t

Nilai uji t pada variabel harga (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,019 yang berarti berada di bawah 0,05 (level signifikan 5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Berdasarkan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Ari Prasetyo (2016) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengolahan uji t diketahui bahwa variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti berada di bawah 0,05 (level signifikan 5%) sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 7,953, dengan nilai t_{tabel} yang diperoleh dengan cara $(df) = (n-k)$ atau $(137-5) = 135$ dengan alpha 5% (0,05), diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,9776. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,953 > 1,9776$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman.

Berdasarkan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rachmad Hidayat (2009) mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan begitu pula sebaliknya.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.725 ^a	.526	.519

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil pengolahan data, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,526 (52,6%). Hal ini berarti kemampuan variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat mempengaruhi variasi naik turunnya kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman adalah sebesar 52,6%, sedangkan sisanya (100% - 52,6%) sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F

Uji simultan (uji F) pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independen atau lebih secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat terhadap kepuasan nasabah, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F) Model

		df	F	Sig.	Hipotesis
1	Regression	2	74.315	.000 ^b	Hipotesis diterima
	Residual	134			
	Total	136			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 7 di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 74,315, sedangkan nilai F_{tabel} yang dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan $df = 137 - 2 = 135$ diperoleh sebesar 3,06 sehingga dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74,315 > 3,06$) dan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima yang artinya terdapat pengaruh secara simultan antara harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman.

SIMPULAN

Variabel harga berpengaruh positif kuat dan signifikan sebesar 0,550 terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Variabel kualitas produk Tabungan iB Muamalat berpengaruh positif kuat dan signifikan sebesar 0,711 terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman. Variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,526% ini berarti kemampuan variabel harga dan kualitas produk Tabungan iB Muamalat mempengaruhi variasi naik turunnya kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Medan Sudirman sebesar 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquran Departemen Agama Republik Indonesia. 2010. *Al-Quran dan Terjemah*. Bandung: MQS Publishing.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Dita. 2010. *Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*. Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol. 2. No. 1. 2010. Universitas Negeri Medan. Medan.

- Burhanudin, B. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat. *Sosio e-kons*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2264>
- Diasari, Setya Ayu. 2016. *Pengaruh Harga, Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5. No.12. 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Surabaya.
- Fitriyah, Faridatul. 2016. *Analisis Pengendalian Kualitas Produk Tahu dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal. Vol. 10. No. 2. 2016. STAIN Kediri. Kediri.
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal. Universitas Trunojaya Madura. Madura.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, Deny, Edwin Japarianto. 2013. *Analisis Pengaruh kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasara. Vol. 1. No.2. 2013. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Karim, Adiwirman. 2006. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Permatasary, Dyah Ayu. 2014. *Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jember Surakarta*. Jurnal Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Perdana, Mahkota Kharisman, Agus Prayitno. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Victoria Syariah di Berebes*. Jurnal. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Prasetio, Ari. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Management Analysis Journal 1*. Hal. 1-6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Priyadi, M. P., & Suwitho, S. (2018). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Jasa Perbankan Pada Bank Rakyat Indonesia (Bri) Di Jawa Timur. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 10(2), 222–245. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2006.v10.i2.321>
- Rahayu, T., Yanto, Y., & Indria, I. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Frontliner Pada Nasabah PT Bank Bni Syariah KC Panorama Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v5i1.712>
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan. Syariah
- Wasiah, Siti. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-muamalat/> diunduh 16 Juli 2018.
- <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-muamalat/> diunduh tanggal 22 Juli 2018.
- http://www.academia.edu/30414293/Sampel_uji_coba_instrumen_penelitian_metodologi_penelitian diunduh 1 Agustus 2018.
- [https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1025501-bank-muamalat-ungkap permasalahan-sebenarnya-di-perseroan](https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1025501-bank-muamalat-ungkap_permasalahan-sebenarnya-di-perseroan) diunduh 12 September 2018.
- <https://www.perbankanindonesia.com/peringkat-terbaik-bank-syariah-di-indonesia> diunduh 12 September 2018.
- http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1 diunduh 12 September 2018.