



**IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal**

Volume 2, Nomor 2, Juni (2022), h. 103-118

**E-ISSN: 2798-3900 P-ISSN: 2961-8827**

---

## **KEUNGGULAN PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA CABANG MAKASSAR)**

**Muhammad Assydik Fauzan, Samsul**

[assydik36@gmail.com](mailto:assydik36@gmail.com), [samsul.samsul@uin-alauddin.ac.id](mailto:samsul.samsul@uin-alauddin.ac.id)

Universitas Islam Negri Alauddin Makassar

### ***ABSTRACT***

This study aims to determine whether product excellence has a significant effect on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia and the application of Islamic values has a significant effect on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia, as well as knowing whether product excellence and application of Islamic values simultaneously affect customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia.

This research is a quantitative research. The data used in this study is primary data which is obtained from questionnaires given to customers of Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veterans. The population or the number of respondents in this study amounted to 105 responden.

Result of research conducted on product excellence and the application of Islamic values to customer satisfaction. Researchers found product advantage and application of Islamic values had a very significant impact. Application of Islamic values has a higher significance on customer satisfaction. This study shows the influence of independent variabel, product excellence and application of Islamic values can explain the dependen variabel, namely customer satisfaction of 76,5%, indicating that product excellence and application of Islamic values are able to influence customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia.

This research expected to provide implications for Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veterans in order to increase product excellence and application of Islamic values so as to create satisfaction for customer.

***Keywords :*** *product excellence, application of Islamic values, customer satisfaction*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, serta mengetahui apakah keunggulan produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dimana diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada para nasabah Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran. Adapun populasi atau jumlah responden dalam penelitian ini ialah berjumlah 105 responden.

Hasil dari penelitian yang dilakukan dari keunggulan produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah. Peneliti menemukan keunggulan produk dan penerapan nilai Islam memiliki dampak yang sangat signifikan. penerapan nilai Islam memiliki signifikansi yang lebih tinggi terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independent, keunggulan produk dan penerapan nilai Islam dapat menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 76,5%, menunjukkan bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai Islam mampu mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran agar dapat meningkatkan kembali keunggulan produk dan penerapan nilai Islam sehingga terciptanya kepuasan bagi para nasabah.

**Kata Kunci :** keunggulan produk, penerapan nilai Islam, kepuasan nasabah

## **PENDAHULUAN**

Bank Syariah pertama kali muncul di Indonesia, dengan disahkannya UU No.7 tahun 1992 yang kemudian direvisi UU No.10 tahun 1998 dan pengakuan formal keberadaan dan operasional bank syariah atau bank bagi hasil pada tahun-tahun tersebut (Muhammad, 2005). Perbankan syariah di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang sangat pesat. Tentunya Hal ini akan berdampak pada keinginan masyarakat Indonesia untuk menggunakan bank syariah dan meningkatkan kontribusi bank syariah untuk menjaga stabilitas ekonomi nasional (Anggi, 2019).

Pemerintah telah mengakui ini sebagai periode kritis dalam perkembangan ekonomi syariah Indonesia sebagai akibat dari peningkatan besar barang dan jasa berbasis syariah selama beberapa tahun terakhir. Karena prospek yang optimis ini pemerintah kini telah menggabungkan tiga bank syariah milik negara PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi satu kesatuan yang dikenal sebagai Bank Syariah Indonesia (BSI).

Presiden Joko Widodo secara resmi meresmikan penggabungan tiga bank syariah milik negara pada 1 Februari 2021, menunjukkan keseriusan pemerintah dalam menciptakan layanan berbasis syariah yang dapat bertahan dalam menghadapi lingkungan ekonomi Indonesia yang tidak stabil. Janji pemerintah untuk mendukung perekonomian melalui BSI diharapkan dapat memberikan momentum bagi perkembangan perekonomian negara (qoala.app, 2021).

Kementerian BUMN menyebut, gabungan bank syariah BUMN ini akan memiliki kemampuan untuk merambah perusahaan besar yang didukung oleh produk syariah baru yang mampu bersaing secara global dan menjanjikan bisnis baru. Setelah melakukan merger, Bank

Syariah Indonesia akan jadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total asset Rp214,74 triliun dengan lebih dari 1.000 kantor cabang dan 20.000 karyawan. BSI juga akan menjadi bank dengan peringkat 7 berdasarkan total aset yang dimiliki.

Berdasarkan data tersebut, memperhitungkan laporan keuangan Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Lapora Keuangan Tiga Bank Syariah BUMN Februari Tahun 2021**

	BRI Syariah	Mandiri Syariah	BNI Syariah	Bank Hasil Penggabungan
Total Aset	Rp 49,58 triliun	Rp 114,40 triliun	Rp 50,76 triliun	Rp 214,74 triliun
Pembiayaan	Rp 37,4 triliun	Rp 75,61 triliun	Rp 31,33 triliun	Rp 144,34 triliun
Dana Pihak Ketiga	Rp 41 triliun	Rp 101,78 triliun	Rp 43,64 triliun	Rp 186,42 triliun
Jumlah Nasabah	3,8 juta	8 juta	3,6 juta	15.4 juta
Jumlah Cabang	69 cabang 226 sub-cabang 10 kantor kas	736 outlet	385 outlet	1.200 cabang 1,700 ATM
Jumlah Karyawan	5.790 karyawan	8.612 karyawan	5.692 karyawan	20.094 karyawan

Sumber : cnbcindonesia, Laporan Keuangan Tiga Bank Syariah BUMN, 2021

Berdasarkan data tabel diatas, total aset pada awal penggabungan 3 bank syariah bulan Februari mencapai Rp 214,74 triliun. Bulan Mei 2021, dibandingkan periode yang sama tahun 2020 yang total asetnya Rp 208,1 triliun, bank syariah Indonesia mencatatkan total aset Rp 234,4 triliun meningkat 12,65% yoy pada kuartil I 2021. BSI juga mencatatkan peningkatan rasio modal atau CAR 23,1% pada kuartil I 2021, dimana laba bersih Rp 742 milyar. Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu yang hanya Rp 657 miliar naik 12,85% (IDX, 2021). Hal ini yang membuat peneliti melakukan penelitiannya terhadap Bank Syariah Indonesia, dalam waktu yang dekat Bank yang bersangkutan dapat mengalami peningkatan total aset yang cukup signifikan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti akan melakukan penelitian mengenai keunggulan produk dan penerapan nilai Islam yang ada pada Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi kasus pada Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar) ”**.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Keunggulan Produk

Keunggulan produk adalah bagaimana suatu produk dapat didefinisikan untuk bersaing dan menawarkan kepada konsumen sesuatu yang mereka anggap memuaskan. Keunggulan biasanya merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk bersaing memperebutkan supremasi pasar. Dari sisi masyarakat, keunggulan menjadi tolak ukur sekaligus sarana untuk meningkatkan visibilitas dan kualitas produk dalam menghadapi persaingan komersial yang ketat. Keunggulan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tipono dan Diana, 2003).

### 2. Penerapan nilai Islam

Islam yang merupakan wahyu ilahi secara universal berusaha dengan segala aspek kehidupan manusia, termasuk aspek spiritual dan material. Islam merupakan agama yang luar biasa, dimana dikaruniai dengan prinsip dan kerangka ekonomi yang berfungsi sebagai paduan manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi. *Iqtishad* (ekonomi) dikenal dengan pengetahuan dengan memahami hukum yang mengatur terciptanya, pembagian, konsumsi kekayaan (Rozalinda, 2014).

Muamalah secara keseluruhan terbukti bahwa muamalah merupakan hukum permainan manusia dalam kehidupan bermasyarakat khususnya bidang muamalah (Antonio, 2001).

Nilai Islam berikut yang harus diterapkan dalam kegiatan ekonomi syariah berdasarkan hukum kontrak islam yaitu, *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (persamaan atau kesetaraan), *al-adalah* (keadilan), *ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran), *al-ridha* (kerelaan), *al-kitabah* (tertulis). (Agusti, 2019).

### 3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perusahaan dengan memperhatikan kemampuan anggota dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan anggota sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Nasabah adalah pelanggan (costumer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa (Nasution dan sutisna, 2015).

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis, Pendekatan, Lokasi, Populasi, Sampel Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang data-datanya dinyatakan dalam bentuk angka. Penelitian kali ini, peneliti menggunakan pendekatan asosiatif dimana, pendekatan asosiatif ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah Keunggulan Produk ( $X_1$ ) dan Penerapan Nilai Islam ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

Lokasi pada penelitian kali ini terletak di kantor Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa agar penelitian ini dapat menghasilkan data yang akurat dan lokasi penelitian dekat dengan tempat tinggal peneliti. Dalam penelitian ini, populasi yang di ambil adalah seluruh nasabah aktif Bank Syariah Indonesia di salah satu cabang di kota Makassar, dalam hal ini peneliti memilih Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran.

Kriteria yang di tetapkan peneliti yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Makassar yang aktif. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Berdasarkan populasi dengan tingkat kesalahan yang peneliti gunakan adalah 100 sampel.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk penelitian kali ini ialah data primer, dimana data primer merupakan informasi yang datang langsung dari seseorang atau beberapa orang yang dimana berupa wawancara atau tanggapan terhadap kuisisioner yang diberikan peneliti yang biasanya digunakan dalam penelitian di Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran. Dalam pengukuran data penelitiannya menggunakan skala likert, yang dimana Positif dan negative merupakan dua jenis pernyataan yang membentuk skala likert. Pernyataan positif mendapatkan nilai 5,4,3,2,1. Sedangkan untuk pernyataan negatif mendapatkan nilai 1,2,3,4,5. Format respond skala liker dibuat sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### 3. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, maka dalam Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan berupa uji validitas, uji reabilitas. Untuk uji asumsi klasik yang digunakan ialah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisita, uji hipotesi (uji t, uji f, uji r), uji koefisien determinasi

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Nilai Corrected Item-Total Correlation setiap item pertanyaan atau pernyataan mencerminkan validitas item tersebut secara keseluruhan. Responden dalam penelitian kali ini berjumlah 105 responden. Besarnya  $r_{Tabel}$  dapat dilihat dari jumlah responden yaitu 0,195 ( $df = n - 2 = 105 - 2 = 103$ ). Oleh karena itu, item kuisioner dianggap valid jika nilai  $r_{hitung}$  Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0,195. Nilai untuk setiap Corrected Item-Total Correlation yang dikoreksi adalah :

**Tabel 1.2**

#### Uji Validitas Instrumen Variabel Keunggulan Produk (X1)

No. Item	Corrected Item-Total Correlation	keterangan
X1.1	0,739	Valid
X1.2	0,848	Valid
X1.3	0,818	Valid
X1.4	0,782	Valid
X1.5	0,728	Valid
X1.6	0,710	Valid
X1.7	0,757	Valid
X1.8	0,793	Valid
X1.9	0,672	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Item pada setiap variabel adalah valid berdasarkan uji pada tabel validitas diatas karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$ . Hasilnya, semua variabel dalam variabel keunggulan produk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas statistik dan mampu mengukur data dengan cermat dan benar.

**Tabel 1.3**

#### Uji Validitas Instrumen Variabel Penerapan Nilai Islam (X2)

No. Item	Corrected Item-Total Correlation	keterangan
X2.1	0,770	Valid
X2.2	0,749	Valid
X2.3	0,781	Valid
X2.4	0,759	Valid
X2.5	0,810	Valid

X2.6	0,804	Valid
X2.7	0,814	Valid
X2.8	0,814	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pengujian pada semua item setiap variabel adalah valid sesuai dengan uji pada tabel validitas karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$ . Hasilnya, semua variabel dalam variabel penerapan nilai Islam dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas statistik dan mampu mengukur data dengan cermat dan benar.

**Tabel 1.4**

**Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah**

No. Item	Corrected Item-Total Correlation	keterangan
Y.1	0,741	Valid
Y.2	0,807	Valid
Y.3	0,811	Valid
Y.4	0,785	Valid
Y.5	0,801	Valid
Y.6	0,842	Valid
Y.7	0,735	Valid
Y.8	0,793	Valid

Sumber : Data Diolah, 2022

Item pada setiap variabel adalah valid berdasarkan uji pada tabel validitas diatas karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$ . Hasilnya, semua variabel dalam variabel kepuasan nasabah dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas statistik dan mampu mengukur data dengan cermat dan benar.

## 2. Uji Reabilitas

Untuk memperoleh hal itu, uji reabilitas dilakukan dengan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 – 1. Jika kuisisioner memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0.60 maka kuisisioner tersebut dianggap reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari nilai Alpha Cronbach's sebagai berikut :

- a) Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20 = kurang reliable
- b) Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40 = agak reliable
- c) Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0,60 = cukup reliable
- d) Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80 = reliabel
- e) Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00 = sangat reliabel

**Tabel 1.5**

**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Keunggulan Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	9

Sumber : Data Diolah, 2022

Nilai Cronbach's Alpha diatas menunjukkan bahwa faktor keunggulan produk sangat reliabel yang dimana dapat dilihat bahwa untuk Hasil uji reliabilitas menunjukan variabel Keunggulan Produk mempunyai nilai 0,930.

**Tabel 1.6**

**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penerapan Nilai Islam**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	8

Sumber : Data Diolah, 2022

Hasil data diatas menunjukkan Nilai Cronbach's Alpha faktor penerapan nilai Islam sangat reliabel yang dimana dapat dilihat bahwa untuk Hasil uji reliabilitasnya sendiri menunjukan variabel Keunggulan Produk mempunyai nilai 0,933.

**Tabel 4.6**

**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	8

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan data tabel diatas Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa faktor kepuasan nasabah sangat reliabel yang dimana dapat dilihat bahwa untuk Hasil uji reliabilitas menunjukan variabel Keunggulan Produk mempunyai nilai 0,938.

### 3. Uji Asumsi klasik

#### 1) Uji Normalitas

Berikut tabel hasil uji normalitas data yang peneliti gunakan, dimana peneliti menggunakan uji normalitas Kolmogorov – smirnov :

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71332377
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil kolmonogorov–smirnov dalam uji statistik sampel tersebut memperoleh nilai Sig. 0,014. Menyatakan bahwa nilai signifikasi  $0,014 > 0,05$  oleh karena itu dapat diartikan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas . salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur tanda-tanda multikolinieritas ialah dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance-nya. Jika  $VIF < 10$  (kurang dari 10) dan nilai tolerance-nya  $> 0,05$  (lebih dari 0,1) artinya tidak terjadi multikolinieritas, berikut adalah hasil uji multikolinieritas dari masing-masing variabel :

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.563	.575		

	Kunggulan produk	4.077	.000	.259	3.859
	Penerapan Nilai Islam	5.646	.000	.259	3.859
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber : Data Diolah, 2022

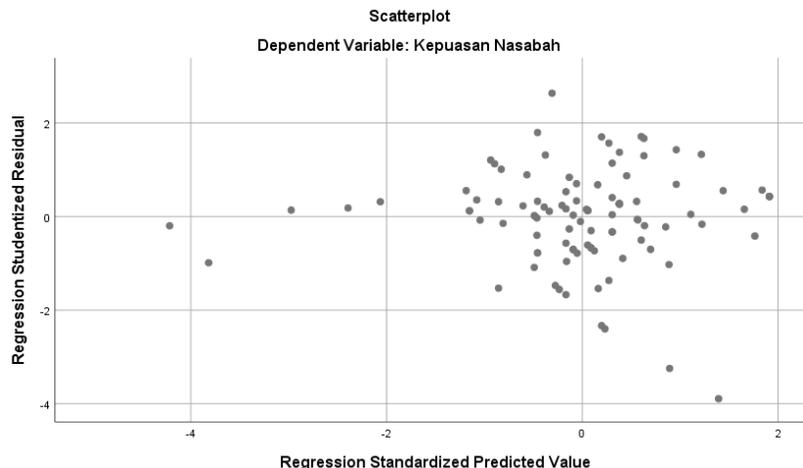
Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui bahwa variabel keunggulan produk (X1) dan variabel penerapn nilai Islam (X2) keduanya memiliki nilai VIF masing-masing sebesar  $3,859 < 10$  dan nilai toleransi  $0,259 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data tersebut.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Pola gambar scatterplot model dapat digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas, data tersebut dapat dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- Dalam penyebaran titiknya tidak berbentuk pola.
- Titik data tersebar di sekitar atau diatas dan dibawah angka 0.
- Titik-titik data tidak terakumulasi tepat diatas maupun dibawah.

**Gambar 1.1**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Diolah, 2022

Hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang terlihat, dan karena titik tersebar diatas maupun dibawah nilai 0 (nol) pada sumbu Y.

4) Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	.563	.575
	X1	4.077	.000
	X2	5.646	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji t digunakan dalam menentukan apakah variabel independen dalam model regresi secara parsial mempengaruhi variabel dependen, dimana uji regresi dianggap signifikan apabila  $t_{tabel} > t_{hitung}$ , Rumus dari t tabel sendiri ialah :  $t_{tabel} = t_{(a/2 ; n-k-1)}$  dimana T-tabel 1,983. atau kita dapat menentukan tingkat signifikansi dengan melihat jika nilai Sig. < dari tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ), maka variabel independent memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun tersendiri. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Nilai signifikansi dari keunggulan produk (X1) ialah  $0,000 < 0,05$  dan nilai T-hitung  $4,077 > 1,983$  T-tabel dimana H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, Artinya (X1) keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran.

H<sub>2</sub> : Nilai Signifikansi dari penerapan nilai Islam (X2) ialah  $0,000 < 0,05$  dan nilai T-hitung  $5,646 > 1,983$  T-tabel dimana H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya (X2) penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran.

b. Uji Hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai Fhitung > Ftabel maka uji regresi dikatakan signifikan nilai dari F-tabel sendiri ialah 3,08. Jika nilai sig. < 0,05 maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Hipotesis (uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>				
Model		df	F	Sig.
1	Regression	2	170.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	102		
	Total	104		
a. Dependent Variable: Y				
b. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahawa nilai Sig. 0,000 dan nilai F-hitung 170,06 > 3,08 F-tabel yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dimana variabel Keunggulan Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran.

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

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam) terhadap variabel dependen (Kepuasan nasabah).

Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 25.0 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary	
Model	Adjusted R Square
1	.765
a. Predictors: (Constant), X2, X1	

Sumber : Data Diolah, 2022

Data diatas menunjukkan nilai Adjusted R-Square dari variabel X1 dan X2 adalah 0,765 atau 76,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam sebagai variabel independen, dapat menjelaskan Kepuasan nasabah sebagai variabel dependen sebesar 76,5%. Sedangkan sisanya (100% - 76,5% = 23,5%) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

Keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sesuai dengan Uji T yang telah dilakukan peneliti. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya dampak dari keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah, yang dapat dilihat dari nilai thitung yang lebih besar adalah 4.077 yang mana ttabelnya 1,983 menggunakan nilai Sig.  $0,000 < 0,1$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka variabel keunggulan produk berpengaruh besar terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC. Makassar Veteran. Berarti Bank Syariah Indonesia mampu memberikan produk yang unggul. Penelitian ini juga diperkuat dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, mengenai pengaruh nilai kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Menurut temuan hasil peneliti, nasabah tabungan Bank Mandiri di Jawa Timur cenderung lebih puas dengan pembelian mereka ketika layanan, produk nilainya tinggi. Uraian ini menunjukkan bahwa penelitian ini juga terkait dengan keunggulan produk dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah (Hidayat, 2009).

Dampak penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah dari tabel koefisien terlihat bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima karena nilai thitung 5,646 lebih besar dari ttabel sebesar 1,983 yang memiliki nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,1$  maka penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah kemudian dipengaruhi secara positif dan signifikan di Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran. Penerapan nilai Islam yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia yang membuat nasabah merasa aman menggunakan produk menunjukkan kepuasan yang dirasakan nasabah di bank. Penelitian yang dilakukan Dycky Widyantoro mendukung hal tersebut, dimana penelitian yang dilakukan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Asri Tulungagung”. Lembaga keuangan syariah ASRI Tulungagung merupakan lembaga yang tidak hanya mencantumkan nama syariah saja tetapi juga menerapkan prinsip syariah itu sendiri dengan baik dalam setiap kegiatan pelayanannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang penerapan prinsip syariah yang dilakukan di lembaga tersebut dilakukan dengan baik (Widyanti, 2015).

Hasil uji F yang dilakukan peneliti memperlihatkan bahwa pengaruh secara Bersama-sama atau simultan seluruh variabel independent (Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam) terhadap Kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran menunjukkan hasil yang baik dimana dari penelitian yang dilakukan nilai Fhitung sebesar 170,060 lebih besar dari Ftabel yaitu 3,08. Hal ini menunjukkan bahwa semua faktor independen khususnya keunggulan produk dan penerapan nilai Islam memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara Bersama-sama atau simultan. Hasil penelitian yang dilakukan Afnina dan Yulia Hastuti juga memperkuat mengenai “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Yang dimana dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat hubungan yang cukup kuat dan bersifat positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan (Afnia dan Hastuti, 2018). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan, dimana dalam penelitian ini keunggulan produk ditambah dengan penerapan nilai Islam yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian dan ulasan tentang Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar), maka peneliti menarik kesimpulan, yaitu :

1. Keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia. Hubungan antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah ditunjukkan dengan nilai signifikansi keunggulan produk (X1) yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai T-hitung  $4,007 > 1,983$  T-tabel. Temuan ini menunjukkan hubungan yang kuat antara keunggulan produk dan kepuasan nasabah. ini berhubungan dengan Bank Syariah Indonesia memiliki produk dengan kinerja yang baik, kehandalan produk, kesesuaian dari produk itu sendiri, daya tahan yang dimiliki produk, produk yang terjamin.
2. Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia. Nilai signifikansi penerapan nilai Islam (X2) yaitu  $0,000 < 0,05$  dan T-hitung  $5,646 > 1,983$  T-tabel menjelaskan penerapan nilai Islam mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Ini berhubungan bahwa Penerapan Nilai Islam yang diterapkan Bank Syariah Indonesia dilaksanakan dengan positif.
3. Keunggulan produk dan penerapan nilai Islam dapat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia. penerapan nilai Islam memiliki signifikansi yang lebih tinggi terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil Uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai Sig. adalah  $0,000 < 0,05$  dan F-hitung  $170,06 > 3,08$  F-tabel yang menunjukkan bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai Islam baik secara terpisah maupun Bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kepuasan yang di rasakan oleh semua nasabah dapat dilihat dari Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kc. Makassar Veteran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, “Konsep Toleransi dan Kebebasan Beragama”, Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama. Volume 7, Nomor 2, 2015.
- Afnina, Yulia Hastuti, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”, Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol 9, No.1, Januari 2018.
- Dede Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, Muhammad Fahmi. “Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan”, MANEGGGIO: Jurnal Ilmia Magister Manajemen. Volume 3, Nomor 2, September 2020.
- Dycky Widyanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Asri Tulungagung”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2015
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, Total Quality Management (TQM), Edisi Revisi, (Yogyakarta : ANDI Yogyakarta, 2003)
- Halida Utami. “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru”, Skripsi: Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga, 2013.
- Hamdi Agusti “Analisis Penerapan Nilai-nilai Islam Pada Bank Syariah di Pekanbaru”, Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and finance. Volume 2 Nomor 2, November 2019. \_\_\_\_\_
- Idx, bank syariah bsi target pembiayaan tumbuh 10 persen di kuartal ii 2021, <https://www.idxchannel.com/banking/bank-syariah-bsi-target-pembiayaan-tumbuh-10-persen-di-kuartal-ii-2021>, 2021
- Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- [Jurnal.id, manfaat diferensiasi produk, https://www.jurnal.id/id/blog/2018-5-manfaat-diferensiasi-produk](https://www.jurnal.id/id/blog/2018-5-manfaat-diferensiasi-produk), 2018
- Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 137
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, UKM 65
- Muchdarsyah Sinungan, Strategi Manajemen Bank, (Jakarta: Rineka Cipta. 1994), hal. 18
- Muhammad, Manajemen Bank Syariah, (Yogyakarta: EKONISIA UII Press, 2005)
- Muhammad Syafi’i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, ( Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Nila Nadhiroh, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tulungagung, 2016.
- Qoala.app, apa itu bank syariah indonesia, <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia>, 2021

- Rachmad Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, Jurnal: Manajemen dan Kewirausahaan pada Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura, 2009.
- Rozalinda, Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014)
- Safitri, Anggi. 2019. Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah dan Musyarakah terhadap Profitabilitas dengan NPF sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah dan BPRS di Indonesia (Tahun 2013– 2017).
- Samsul, Ismawati. Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah, Al- Mashrafiyah : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah. Volume 4 Nomor 1, 2020
- Sita Budiastari, “The Influence Of Product Quality, Price Preception and Brand Image On Satisfaction and Customer Loyalty Holcim Concrete Readymix in Jakarta”, Jurnal: Holcim concrete Readymix Vol. 7, No. 2, 2016.
- Soeraya dan Nastagin. 1995. Doktrin Ekonomi Islam, I. Darma Bakti Wakaf. Yogyakarta.
- Solihin, Ahmad Ifham. 2010. Buku Pintar Ekonomi Syariah. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 1999)
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014)., hal. 38-39.
- Supardin, Materi Hukum Islam, (Makasar: Alauddin University Press, 2011), hal. 22
- Tafsir learn qur'an, Tafsiran Qur'an, <https://tafsir.learn-quran.co/id>, 2017
- Tafsirweb, Tafsiran Qur'an, <https://tafsirweb.com/>, 2018
- Tri Widiastuty. 2020. Peran Penyampaian Informasi Akuntansi, Bagi Hasil, Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Bandung di Bank Syariah. Al- Mashrafiyah : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah. Volume 4 Nomor 1.
- Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.
- Undang-Undang RI Nomor 21 tahun 2008 Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) huruf a dan Pasal 25 huruf a Tentang Perbankan Syariah.
- Wandy Zulkarnaen, Neneng Nurbaeti Amin, “Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry Dijalan Cikutra Bandung)”, Jurnal Ilmiah STIEM Bandung Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Vol 2, No.1, 2018.