

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES MARKETING  
PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN FURNITUR TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH MITRA  
AMANAH PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi



Oleh:

**SUHARTI**

**NIM: 1804110278**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**TAHUN AJARAN 2022 M/1444 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES  
MARKETING PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN  
FURNITUR TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH  
PALANGKA RAYA

NAMA : SUHARTI

NIM : 180411278

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI SYARIAH

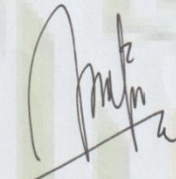
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

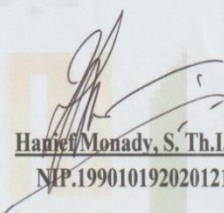
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Menyetujui Palangka Raya Oktober 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Sugiyanto, M.Pd  
NIP.195809081979031002

  
Hanief Monady, S. Th.L.M.Ag  
NIP.199010192020121010


Mengetahui

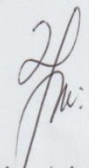
Dekan Fakultas

Ketua Jurusan

Ekonomi dan Bisnis Islam

Ekonomi Islam

  
Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag  
NIP. 197404232001121002

  
Dr. Itsla Yunisya Aviva, M.E.Sy  
NIP. 198910102015032012

## NOTA DINAS

Hal : Mohon diuji skripsi

Saudari Suharti

Palangka Raya, Oktober 2022

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari :

Nama : Suharti

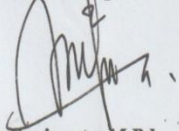
Nim : 1804110278

Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES  
MARKETING PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN  
FURNITUR TERHADAPKEPUASAN NASABAH DI  
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH MITRA  
AMANAH PALANGKA RAYA**

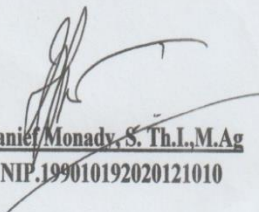
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

*Wassalamun'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Pembimbing I

  
**Dr. Sugiyanto, M.Pd**  
NIP.195809081979031002

Pembimbing II

  
**Hanief Monady, S. Th.I., M.Ag**  
NIP.199010192020121010

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES MARKETING PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN FURNITUR TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH MITRA AMANAH PALANGKA RAYA" oleh Suharti NIM : 1804110278 telah dimunqasahkan di oleh tim *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Senin

Tanggal : 24 Oktober 2022

Palangka Raya, 24 Oktober 2022

### TIM PENGUJI

1. Ali Sadikin, M.Si  
Ketua Sidang/Penguji

(.....)

2. Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.Esy  
Penguji I

(.....)

3. Dr. Sugiyanto, M. Pd  
Penguji II

(.....)

4. Hanief Monady, S.Th.L.M Ag  
Penguji/Sekretaris

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag

NIP 197404232001121002

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES MARKETING  
PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN FURNITUR TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH MITRA  
AMANAH PALANGKA RAYA**

**ABSTRAK**

Oleh: Suharti  
NIM: 1804110278

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, yaitu jasa keuangan. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting sehingga faktor pelayanan mendapat prioritas utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme pelayanan pada PT. BPRS Mitra Amanah dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Mitra Amanah. Subjek penelitian kualitatif adalah Bapak Riyadi dan Ibu Teti Sugiarti dan informannya adalah pegawai *sales marketing*, untuk subjek penelitian kuantitatif adalah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah jumlah sampelnya sebanyak 40 orang. Metode penelitian menggunakan metode *mix methods* (kualitatif dan kuantitatif). Metode pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

Hasil penelitian pertama yaitu mekanisme pelayanan *sales marketing* belum efektif dikarenakan dana untuk brosur yang diberikan perusahaan belum mencukupi sehingga hal ini tidak memaksimalkan pelayanan *sales marketing*, hasil penelitian kedua yaitu dari hasil pengujian hipotesis  $H_1$  yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka saran untuk PT. BPRS adalah dengan membuat brosur yang menarik karena dengan hal ini bisa membuat calon nasabah tertarik menjadi nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS dan fokuskan lagi untuk promosi dan pembagian brosur ke daerah yang masih sedikit nasabahnya seperti di Kereng Bingkarai Kecamatan Sebangau Palangka Raya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, BPRS

**THE EFFECT OF QUALITY OF SALES MARKETING SERVICES  
ELECTRONIC FINANCING AND FURNITURE ON CUSTOMER  
SATISFACTION IN THE SHARIA PEOPLE FINANCING BANK MITRA  
AMANAH PALANGKA RAYA**

**ABSTRACT**

By: Suharti  
NIM : 1804110278

*Bank is one of the companies engaged in the field of services, namely financial services. For companies engaged in services, customer satisfaction is very important so that the service factor gets top priority. This study aims to determine the service mechanism at PT. BPRS Mitra Amanah and to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. BPRS Mitra Amanah. The subjects of the qualitative research are Mr. Riyadi and Mrs. Teti Sugiarti and the informants are sales marketing employees, for the quantitative research subjects are electronic and furniture financing customers at the Mitra Amanah BPRS with a sample of 40 people. The research method uses mixed methods (qualitative and quantitative). The data collection method used was observation, interviews, questionnaires,*

*The results of the first study are that the sales marketing service mechanism has not been effective because the funds for brochures provided by the company are not sufficient so that this does not maximize sales marketing services, the results of the second research are from the results of testing the H1 hypothesis that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction.*

*Based on the results of research conducted by researchers, the suggestions for PT. BPRS is make attractive brochures because this can make prospective customers interested in becoming customers of electronic and furniture financing at the BPRS and focus again on promotion and distribution of brochures to areas where there are still few customers, such as in Kereng Bingkarai, Sebangau District, Palangka Raya.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, BPRS*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr.M. Ali Sibram Malisi, M. Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Dr. Itsla Yunisya Aviva, M. Esy, selaku ketua jurusan Ekonomi Islam.

4. Ibu Fadiah Adlina S.Fi.I.I., M.Pd.I selaku ketua program studi Perbankan Syariah selama peneliti menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Sugiyanto M.Pd dan Bapak Hanief Monady S.Th.I.,M.Ag, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti. Mohon maaf jika selama membimbing saya, saya pernah melakukan perbuatan atau perkataan yang kurang berkenan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak dengan berlipat ganda, selalu dilimpahkan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Bapak Ali Sadikin, M.Si Selaku dosen penasehat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan.
7. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
8. Terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dan kakak-kakakku beserta seluruh keluarga yang memberikan dukungan moril maupun materil serta selalu mendoakan untuk kelancaran dan keberhasilan selama penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Terimakasih kepada bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya yang telah mengizinkan dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.



10. Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasan kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin yaa Rabbal Alamin. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

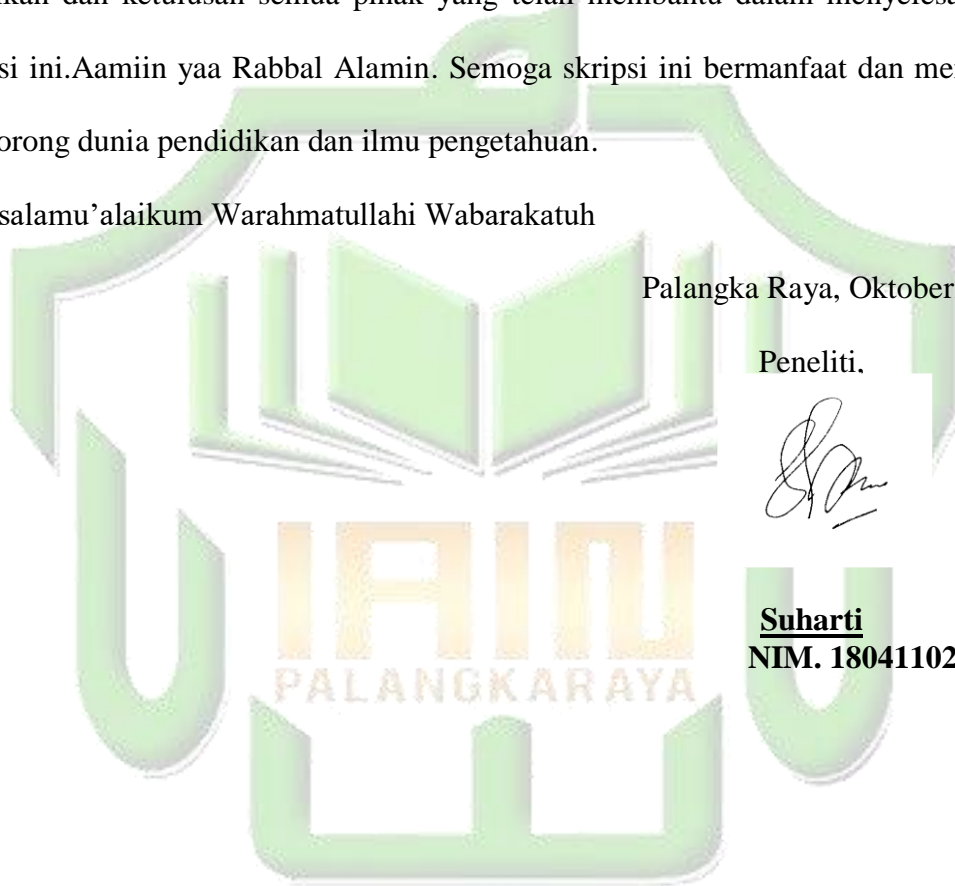
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Oktober 2022

Peneliti,



**Suharti**  
**NIM. 1804110278**



## PERNYATAAN ORSINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suharti  
Nim : 18041102578  
Program Studi/Jurusan : Perbankan Syariah/ Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenjang : Strata Satu/S1

Bahwa skripsi ini dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *SALES MARKETING* PEMBIAYAAN ELEKTRONIK DAN FURNITUR TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH PALANGKA RAYA" benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak tepat dan tidak sesuai dengan etika keilmuan. Jika ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2022

Yang membuat Pernyataan



NIM.1804110278

## MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*

(QS. Ali Imron 159)

IAIN  
PALANGKARAYA

## PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini maka dengan segala kerendahan hati skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ♥ Teruntuk Umma ku almh. Hj Arbaunah selaku Ibunda saya yang sudah meninggal ketika saya masih menempuh pendidikan kuliah saat semester 4, semoga Beliau bangga dengan perjuangan dan keberhasilan saya. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada orang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna. Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa Umma serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apa pun itu.
- ♥ Teruntuk Ayahanda ku skripsi ini saya persembahkan untuk Abah yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Abah telah melalui banyak perjuangan. Tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Saya akan tumbuh untuk menjadi yang terbaik yang saya bisa. Pencapaian ini adalah

persembahkan saya untuk Abah. Terima kasih atas semua cinta dan kasih sayang yang telah di berikan kepada saya.

- ♥ Dan sekali lagi skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hatinya untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku.
- ♥ Teruntuk Kakak ku Marianti dan Kakak Sandy serta keponakan kesayanganku tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang telah kalian berikan kepada saya, saya mungkin bukan apa-apa saat ini.
- ♥ Teruntuk sahabat jauhku Norazizah dan teman kos ku Kamelia serta teman-teman seperjuangan ku Wahidah, Misnawati Agustin, dan Yazid Fahmi. Skripsi inisaya persembahkan untuk sahabat dan teman-teman baikku. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya. Terima kasih sudah menjadi sahabat dan temanku.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ĥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er

ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ث	syīn	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
د	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en

و	wāw	w	we
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	`Y	apostrof
ي	yā'		Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	ditulis	<i>'illah</i>
كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>karāmah al-aulyā'</i>



### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fatḥah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u
فَعَلَ	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	$\bar{A}$
جاهليّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	$\bar{a}$
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	$\bar{i}$
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wawu mati	ditulis	$\bar{u}$
فُرُوض	ditulis	<i>furūd</i>

## F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>U'iddat</i>
لنشكرتم	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

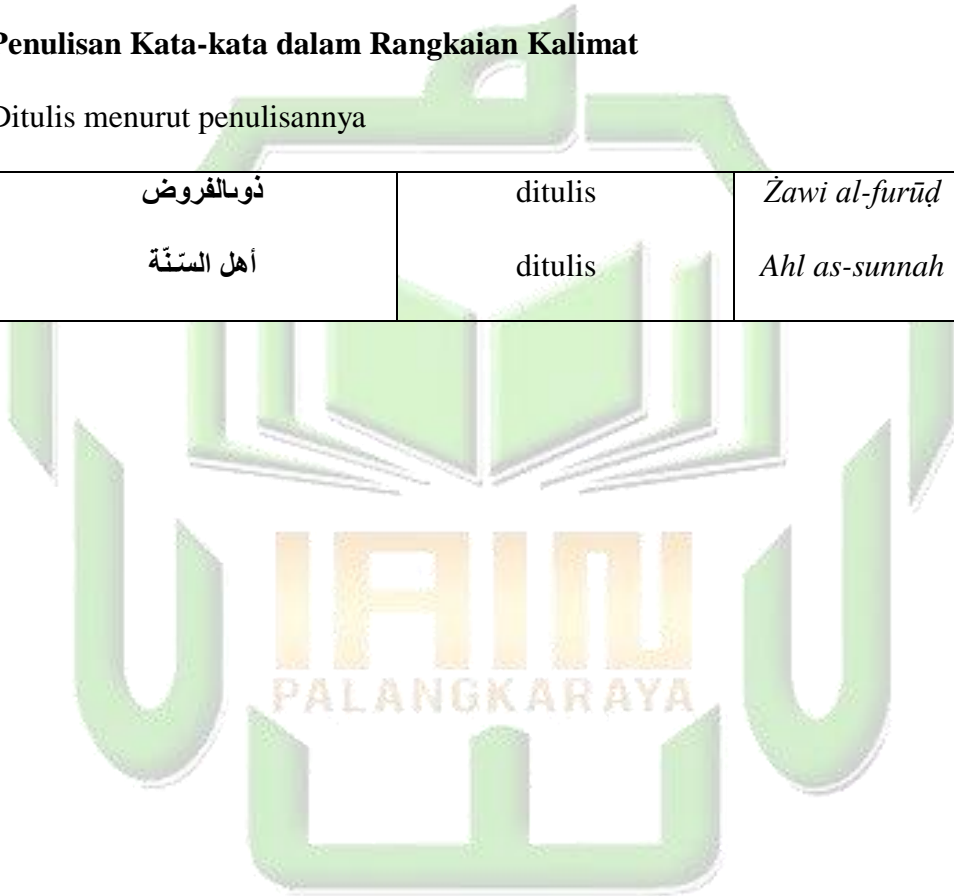
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORSINALITAS .....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERSI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teoritis dan Konseptual.....	19
1. Kerangka Teori.....	19
a. Teori Kepuasan Nasabah.....	19

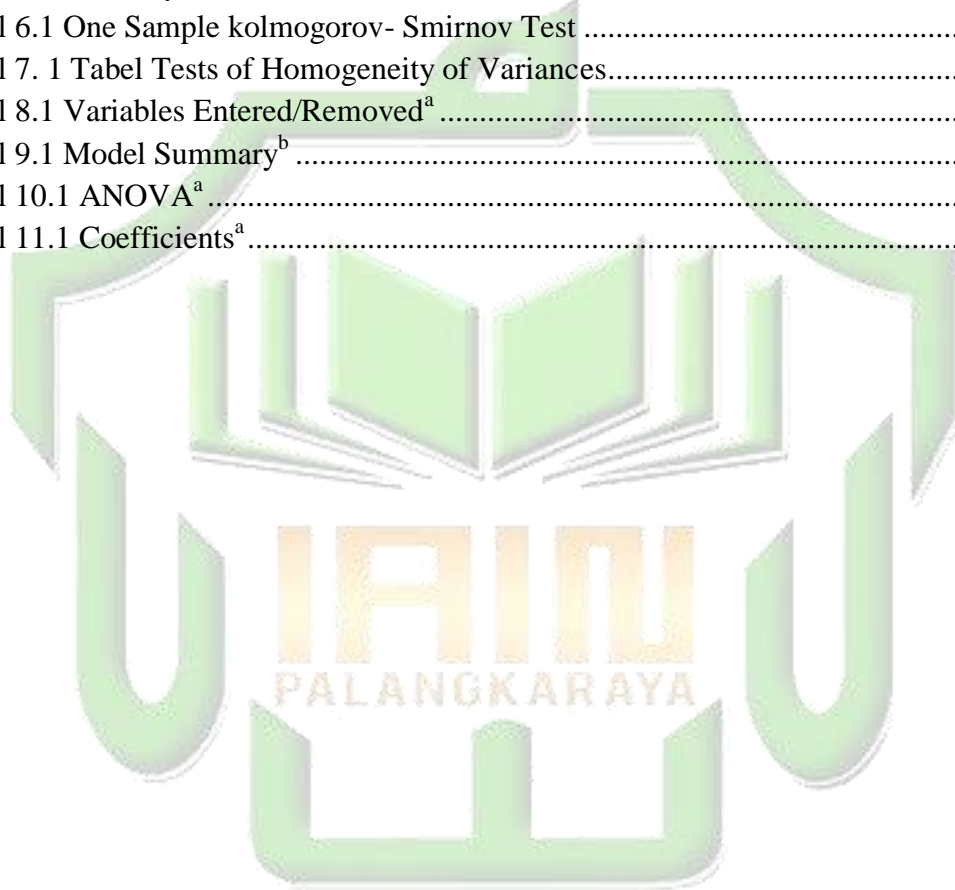
b.	Teori Kualitas Pelayanan .....	23
c.	Teori Prosedur Pelayanan .....	28
d.	Teori <i>Marketing</i> (Pemasaran) .....	34
2.	Kerangka Konsep .....	40
a.	Konsep Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	40
C.	Kerangka Pikir .....	45
D.	Hipotesis Penelitian.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
C.	Metode Kuantitatif .....	51
1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	51
2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
3.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
4.	Instrumen Pengumpulan Data.....	55
5.	Uji Instrumen .....	60
a.	Uji Validitas .....	60
b.	Uji Reabilitas.....	60
6.	Analisis Data Kuantitatif.....	61
D.	Metode Kualitatif .....	62
1.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
2.	Pengabsahan Data .....	64
3.	Analisis Data .....	65
E.	Sistematika Penulisan.....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>68</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	68
B.	Penyajian Data dan Pembahasan Data Kualitatif.....	77
C.	Penyajian Data dan Pembahasan Data Kuantitatif.....	93

2. Pembahasan Data Kuantitatif.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>109</b>
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



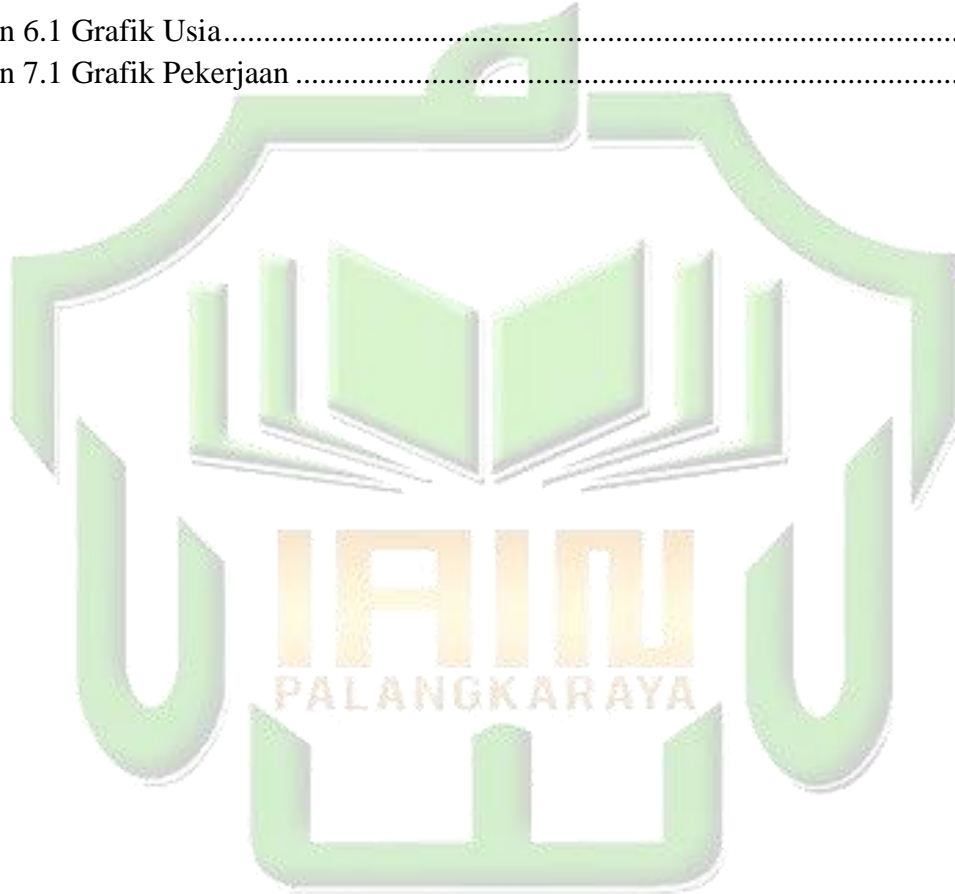
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2.1 Perencanaan Penelitian .....	50
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Corellation.....	101
Tabel 5.1 Reability Statistics.....	103
Tabel 6.1 One Sample kolmogorov- Smirnov Test .....	103
Tabel 7. 1 Tabel Tests of Homogeneity of Variances.....	104
Tabel 8.1 Variables Entered/Removed <sup>a</sup> .....	105
Tabel 9.1 Model Summary <sup>b</sup> .....	106
Tabel 10.1 ANOVA <sup>a</sup> .....	106
Tabel 11.1 Coefficients <sup>a</sup> .....	107



## DAFTAR BAGAN

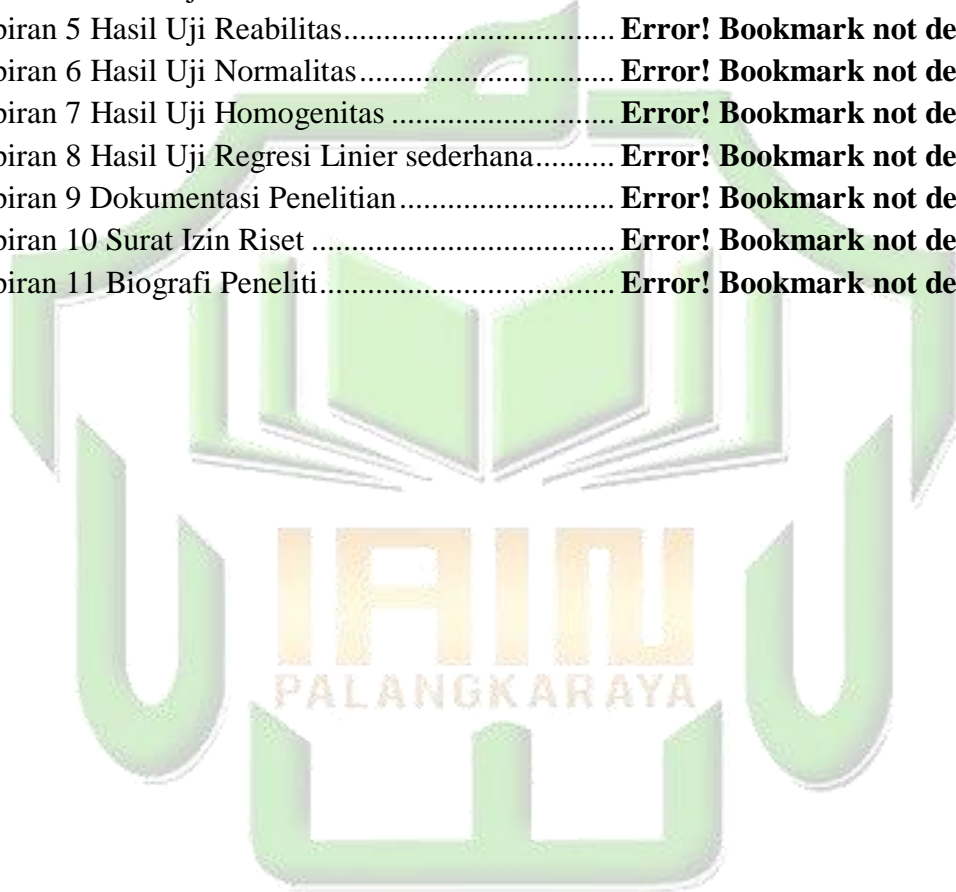
Bagan 1.1 Kerangka Pikir .....	45
Bagan 2.1 Bagan Kepengurusan BPRS .....	71
Bagan 3.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Amanah .....	72
Bagan 4.1 Flow Chart Pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS .....	86
Bagan 5.1 Grafik Alamat .....	94
Bagan 6.1 Grafik Usia.....	95
Bagan 7.1 Grafik Pekerjaan .....	95





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Nasabah Pembiayaan Elektronik dan Furnitur	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 3 Hasil Pengaruh Kepuasan Nasabah .....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 7 Hasil Uji Homogenitas .....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier sederhana.....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 10 Surat Izin Riset .....	Error!	Bookmark not defined.
Lampiran 11 Biografi Peneliti.....	Error!	Bookmark not defined.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup pasti akan memiliki berbagai kebutuhan sebagai penunjang hidup. Untuk mewujudkan kebutuhannya seseorang pasti akan membutuhkan orang lain untuk saling memenuhi apa yang dia inginkan dan dia butuhkan. Maka terjalinlah interaksi antara kedua manusia itu yang membentuk relasi yang akan mempunyai peran dalam masyarakat untuk terpenuhinya kebutuhan tersebut. Hal tersebut sering kita kenal, yakni manusia memiliki kebutuhan pangan, sandang, papan, serta kebutuhan-kebutuhan lain untuk memenuhi kepuasan kebutuhan hidup dengan capaian suatu kemakmuran hidup<sup>1</sup>

Kebutuhan manusia yang sangat tidak terbatas merupakan suatu beban yang akan dialami setiap manusia. Banyak hal yang akan dilakukan dalam mencapai suatu tujuan untuk mensejahterakan hidupnya yaitu salah satunya di dalam hal *finansialnya* yang kurang memadai, maka seseorang tersebut akan mencari lembaga yang dapat memenuhi dan membantu kebutuhan

---

<sup>1</sup><https://www.gamedia.com/literasi/kebutuhan-manusia/amp/> diakses pada tanggal 23 November 2021 pukul 21:59 WIB.

hidupnya seperti halnya pada lembaga keuangan, baik bank lembaga keuangan ataupun non bank.<sup>2</sup>

Kota Palangka Raya saat ini sangat pesat pembangunan dan kemajuannya, hal ini bisa kita lihat dari pola pikir dan beraneka ragam kebutuhan masyarakat akan barang mewah seperti TV, DVD, Komputer, Lemari Es, Mesin Cuci, *spring bed*, lemari, sofa, meja makan, meja belajar, AC, dispenser dan sebagainya. Dengan adanya barang elektronik dan furnitur ini akan memudahkan melakukan pekerjaan rumah tangga. Salah satunya adalah alat elektronik seperti mesin cuci yang sudah canggih maka dapat membantu pekerjaan rumah agar tidak mencuci secara manual lagi. Tentunya masyarakat Palangka Raya memerlukan barang elektronik dan furnitur seperti yang penulis sebut diatas. Sebagian masyarakat ada yang memerlukan barang elektronik dan furnitur ini. Untuk mendapatkan barang di atas ada masyarakat yang membelinya langsung secara kontan atau *cash* atau dibayar tunai dan ada juga yang dengan bantuan pinjaman atau kredit. Perusahaan yang biasanya memfasilitasi pembiayaan atau kredit adalah bank. Di kota Palangka Raya perusahaan yang memberikan jasa dalam hal kredit atau pembiayaan ada banyak yaitu Bank Rakyat Indonesia, Bank Negara Indonesia, Bank Mega, Bank Tabungan Negara, Bank

---

<sup>2</sup> Rizka Komala Sari, *Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah*, ( Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

Muamalat, Bank Mandiri, Bank Syariah Indonesia, Bank Central Asia, Bank Danamon, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah.

Setiap negara terdapat bank sentral sebagai pusat dan acuan bank-bank umum. Di Indonesia, Bank Indonesia (BI) adalah bank sentral. Bank Indonesia diatur oleh Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Jenis bank ada banyak dan dikategorikan berdasarkan berbagai segi, mulai dari fungsi, kepemilikan, cara kerja operasional, sampai bentuk badan hukumnya. Jenis bank menurut fungsinya terbagi menjadi tiga macam, yakni bank sentral, bank umum, dan bank perkreditan rakyat. Bank sentral adalah lembaga keuangan berwenang atas pengelolaan kebijakan moneter suatu negara sehingga stabilitas keuangan mampu terjaga. Sementara bank umum adalah bank yang beraktivitas dalam masyarakat secara konvensional atau syariah dibawah naungan bank sentral.<sup>3</sup> Bank umum merupakan lembaga keuangan di Indonesia yang mengumpulkan dana dari masyarakat berupa simpanan/ tabungan dan disalurkan kembali untuk masyarakat melalui pinjaman/ kredit. Bank umum juga memberikan layanan terkait pembayaran dan peredaran uang dalam masyarakat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bank umum merupakan bank yang melakukan kegiatan usahanya berupa jasa dalam lalu lintas pembayaran baik dengan metode konvensional ataupun berbasis syariah.

---

<sup>3</sup><https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/pengertian-bank> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 00:44 WIB.

Peran bank umum di dalam kehidupan masyarakat seperti bank umum menciptakan uang giral, mendukung kelancaran mekanisme pembayaran, penghimpunan dana simpanan masyarakat, mendukung kelancaran transaksi internasional, penyimpanan barang-barang berharga, pemberian jasa-jasa lainnya. sedangkan kegiatan usaha bank umum antara lain: menghimpun dana dari masyarakat, memberikan kredit, memindahkan dana, dan penempatan dana. Di bank umum juga melakukan kegiatan usaha seperti memberikan kredit disini masyarakat bisa menggunakan layanan kredit ini dengan meminjam dana dari bank untuk kebutuhan apapun. Namun lembaga keuangan ini mewajibkan nasabah untuk mengembalikan dana dalam jangka waktu tertentu dan juga ada bunganya. Bank umum yang ada di Indonesia antara lain bank BCA, BRI, BNI, Bank Danamon, Bank Mandiri, Bank Mega, BSI, Bank Muamalat dan lain-lain.<sup>4</sup> Jenis bank berdasarkan fungsinya yang ketiga adalah bank perkreditan rakyat yakni jenis bank yang melaksanakan aktivitas perbankan diluar jasa lalu lintas pembayaran seperti tidak diperkenankan untuk memberikan jasa keuangan seperti menerima simpanan giro, valuta asing, dan asuransi.<sup>5</sup>

Perbankan di kota Palangka Raya pada tahun 2021 tercatat sebanyak 95 unit jumlah bank umum konvensional dan 12 bank umum syariah dan 1

---

<sup>4</sup><https://rangkulteman.id/berita/bank-umum-pengertian-fungsi-dan-kegiatan-usahanya> diakses pada tanggal 28 Maret 2022 pukul 11:48 WIB.

<sup>5</sup><https://www.gamedia.com/literasi/lembaga-perbankan/> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 00: 43 WIB.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Adapun jenis-jenis bank berdasarkan kepemilikan terdiri dari :

1. Bank Persero Konvensional yang memiliki 4 jumlah bank.
2. Bank Pembangunan Daerah Konvensional yang memiliki jumlah 25 bank dan jumlah Bank Pembangunan Daerah Syariah memiliki jumlah 2 bank.
3. Bank Swasta Nasional Konvensional yang memiliki jumlah 58 bank dan jumlah Bank Swasta Nasional Syariah memiliki jumlah 10 bank.
4. Kantor Cabang Bank Asing Konvensional yang memiliki jumlah 8 bank.<sup>6</sup>
5. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang memiliki jumlah 1 bank.<sup>7</sup>

BPRS Mitra Amanah atau yang lebih dikenal dengan BMA merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan lembaga keuangan bagi masyarakat ekonomi menengah ke bawah, dengan corak khusus yaitu pelayanan perbankan dengan nafas keislaman. Yang mana kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran yakni kegiatannya hanya menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan deposito serta memberikan

---

<sup>6</sup><https://www.bps.go.id/statictable/2020/01/21/2082/bank-dan-kantor-bank-2014-2021.html> diakses pada tanggal 27 Maret 2022 pukul 10.47 WIB.

<sup>7</sup><http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/71/5/BAB%20IV%20%28UK%29.pdf> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 11: 39 WIB.

pembiayaan berskala kecil dalam jangka pendek kepada masyarakat dalam wilayah kerja tertentu yang umumnya bersifat lokal.<sup>8</sup>

PT. BPRS Mitra Amanah diresmikan pada 30 Mei 2013, yang didirikan oleh Hj. Indriati, SE,M. Si.Ak dan H. Yoyo Sugeng Triyogo, SE selaku pemegang saham di BMA.<sup>9</sup>BPRS Mitra Amanah adalah satu-satunya BPRS di kota Palangka Raya dan untuk mencapai pertumbuhan dan perkembangan secara pesat, BPRS Mitra Amanah melakukan kegiatan penghimpunan dana dan juga penyaluran dana. BPRS Mitra Amanah terletak di jalan Raden Saleh, kompleks pertokoan Trimitra II pintu 3,5,7, Palangka Raya letaknya cukup strategis membuat lembaga ini mudah dijangkau oleh masyarakat kota Palangka Raya. Pada sisi penghimpunan dana, BPRS Mitra Amanah menghimpun dana dari anggota (nasabah) dengan akad wadiah dan mudharabah. Sedangkan pada sisi peyaluran dana atau pembiayaan, BPRS Mitra Amanah menggunakan sistem bagi hasil yaitu akad murabahah dan ijarah.<sup>10</sup>

Pembiayaan yang ada di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya pun memiliki keunikan yakni untuk pembayaran awalnya atau biaya DP dari

---

<sup>8</sup>Arif Rahman, *Analisis Tingkat Likuiditas Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Kota Palangka Raya*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palangka Raya, 2020).

<sup>9</sup>Dokumen PT BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

<sup>10</sup>Jayanti Avika Stayana Budi, *Strategi Pemasaran Deposito Berhadiah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palangka Raya, 2019).

harga barang yang akan dibeli lebih murah dibandingkan dengan pembayaran yang asli dari pihak *supplier* dan biaya pembayaran perbulan pun masih dibawah harga dari *supplier*.<sup>11</sup> Total aset di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya adalah Rp 2.000.000.000,- di BPRS Mitra Amanah tidak disediakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) sehingga dengan hal ini nasabah bisa melakukan investasi dengan bagus. Karena biasanya orang itu niatnya mau investasi tetapi karena di bank lain itu disediakan ATM sehingga membuat kita sering melakukan penarikan melalui ATM. Jadi hal ini membuat kita sukar untuk melakukan investasi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada salah satu pegawai toko furnitur yang telah bekerja sama dengan BPRS Mitra Amanah yaitu ibu Muna usia 26 tahun, ibu Muna menceritakan bahwa pembiayaan BPRS ini masih belum banyak dikenal konsumen di Della furnitur dan ada juga salah satu konsumen yang ingin menggunakan pembiayaan BPRS tapi ketika mendengar dan mengetahui syarat-syarat yang telah disampaikan konsumen ini tidak jadi menggunakan pembiayaan di BPRS di karenakan persyaratannya rumit harus menggunakan KTP berpasangan suami dan istri. Peneliti juga melakukan wawancara dengan kakak Della selaku anak dari pemilik toko furnitur ini. Kakak Della menceritakan para konsumen di sini

---

<sup>11</sup>Brosur Pembiayaan Elektronik dan Furnitur BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.



masih banyak yang tidak mengetahui tentang adanya pembiayaan BPRS dan BPRS ini juga baru bekerja sama dengan toko kami sekitar 1 bulan yang lalu yaitu dibulan oktober lalu.

Jadi secara fenomena ternyata di BPRS Mitra Amanah lebih sedikit untuk nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur dibandingkan nasabah pembiayaan lainnya. Meskipun pembiayaan elektronik dan furnitur mempunyai sisi kekurangan tidak mengurangi minat dari beberapa nasabah lainnya yang tertarik melakukan pembiayaan di BPRS Mitra Amanah karena harga murah meskipun sistem pelayanannya kurang cepat. Artinya untuk sistem pelayanan di BPRS Mitra Amanah ini masih belum efektif sedangkan untuk harga yang sesuai dengan harapan nasabah itu peneliti rasa itu sudah diterapkan oleh pihak BPRS Mitra Amanah. Hanya saja dikarenakan kualitas pelayanan yang belum efektif tadi maka akan mempengaruhi nilai kepuasan nasabah meskipun menurut peneliti nasabah cukup puas tapi belum sangat puas.

Berasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya”.

## **B. Batasan Masalah**

Sebuah penelitian harus diperjelas ruang lingkup masalah dalam penelitian agar penelitian dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian. Agar penelitian ini tidak terlalu meluas dalam pembahasannya, perlu kiranya penulis memberi batasan-batasan dalam penelitian ini. Yakni hanya dilakukan dengan yang berkaitan dengan objek penelitian yakni nasabah Elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah, karakteristik nasabah yang diteliti adalah berdasarkan usia dan lokasi ataunasabah dan penelitian ini hanya dilakukan pada 31 Desember 2021.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana mekanisme pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana mekanisme pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan teoritis
  - a. Secara teoritis penelitian ini dapat memperkaya khazanah pengetahuan dalam Ekonomi Islam, khususnya dalam bidang Perbankan Syariah. Selanjutnya dapat berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi tentang pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah pada di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.
2. Kegunaan praktisi
  - a. Bagi Peneliti, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya. Selanjutnya dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana ekonomi.
  - b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, menambah referensi pada perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dan

sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya ini lebih lanjut.

- c. Bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya diharapkan akan bermanfaat bagi PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya sebagai bahan pertimbangan dalam evaluasi dan saran yang nantinya dapat digunakan sebagai solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi seperti memecahkan masalah dalam memenuhi kepuasan nasabah.
- d. Bagi para pembaca, sebagai bahan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut penelitian terdahulu yang relevan yang bersumber dari *website* sebagai acuan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian Eltin Harefa, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bukti langsung terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui kehandalan terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui ketanggapan terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan

nasabah, untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepedulian terhadap kepuasan nasabah, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.<sup>12</sup> Relevansi penelitian Eltin Harefa dengan penelitian peneliti adalah yang pertama sama-sama ingin mengetahui tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, kedua instrumen yang peneliti gunakan dengan penelitian Eltin Harefa adalah sama-sama menggunakan instrumen kuisioner.

2. Penelitian Suci Lestari, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Metode *Fuzzy-Carter* (Study pada BPRS Bandar Lampung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berpengaruh CARTER terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bandar Lampung dan mengetahui bagaimana CATER dalam perspektif ekonomi Islam.<sup>13</sup> Relevansi penelitian Suci Lestari dengan penelitian peneliti adalah sama-sama ingin mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di BPRS.
3. Penelitian Nanda Ayu Wardani, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas

---

<sup>12</sup>Eltin Harefa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPRS Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2021).

<sup>13</sup>Suci Lestrari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Carter (Study pada BPRS Bandar Lampung)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

Nasabah Pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.<sup>14</sup> Relevansi penelitian Nanda Ayu Wardani dengan penelitian peneliti adalah sama-sama ingin mengetahui tingkat kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

4. Penelitian Enneng Nisa Alviani Safitri, yang berjudul “Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Study Kasus BPRS Metro Madani Metro).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat margin dan faktor dominan terhadap nasabah terhadap nilai kepuasan nasabah pembiayaan akad murabahah BPRS Metro Madani kota Metro 2018.<sup>15</sup> Relevansi persamaan penelitian Enneng Nisa Alviani Safitri dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan pembiayaan di BPRS.
5. Penelitian Kevin Aditya Pratama, yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang

---

<sup>14</sup>Nanda Ayu Wardani, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

<sup>15</sup>Enneng Nisa Alviani Safitri, *Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Study Kasus BPRS Metro Madani Metro)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro, 2018).

Ponorogo.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan pengaruh *emphaty* (empati) terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Ponorogo.<sup>16</sup>Relavansi penelitian Kevin Aditya Pratama dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan.



---

<sup>16</sup>Kevin Aditya Pratama, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponogoro*, (Skripsi, Fakultas Ekonom Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018).



Untuk memudahkan peneliti dalam melihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti maka akan disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama, judul penelitian	Relavansi		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
1	Eltin Harefa, (2021) “ <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat</i> ” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.	Terdapat dua variabel yaitu Varibael kepuasan dan kualitas pelayanan, Instrumen menggunakan kuisoner. Teori sama dan terdapat komponen yang sama.	Metode penelitian lokasi penelitian dan posisi penelitian.	Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan pada unsur <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah.

2	<p>Suci Lestari (2020)  <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Carter(Study pada BPRS Bandar Lampung)”</i>  Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.</p>	<p>Dua variabel yaitu kepuasan dan kualitas pelayanan nasabah.</p>	<p>Lokasi penelitian, metode penelitian posisi penelitian.</p>	<p>Menunjukkan bahwa kualitas CARTER memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah.</p>
3	<p>Nanda Ayu Wardani (2020)  <i>“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kontor Kas Cimanggu”</i>Fakultas Ekonomi</p>	<p>Terdapat dua variabel yang sama yaitu tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan nasabah , terdapat komponen yang sama.</p>	<p>Metode penelitianl okasi penelitian, posisi penelitian.</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan pada kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah secara simultan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT BPRS</p>

	dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.			Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu.
4	Enneng Nisa Alviani Safitri (2018) “Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Study Kasus BPRS Metro Madani Metro).” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro.	Dua variabel yaitu variabel tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan nasabah, terdapat komponen yang sama dari teori yang digunakan.	Lokasi penelitian, buku dan teorinya berbeda, metode penelitian dan posisi penelitian.	Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada tingkat margin dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Metro Madani.
5	Kevin Aditya Pratama (2018) “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo.”	Terdapat dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen,	Lokasi penelitian, jenis penelitian dan posisi penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>tangible</i> , <i>reability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>emphaty</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

	Fakultas Ekonom Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.			nasabah.
--	---	--	--	----------

## B. Kajian Teoritis dan Konseptual

### 1. Kerangka Teori

#### a. Teori Kepuasan Nasabah

##### 1) Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan nasabah merupakan faktor kunci bagi nasabah dalam melakukan pembelian ulang atau pemakaian jasa ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh nasabah. Nasabah memiliki beberapa karakteristik baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan.<sup>17</sup>

Jika harapan nasabah terhadap produk dirasakan melebihi harapannya, maka dapat dikatakan nasabahtersebut puas. Kepuasan nasabah dapat diketahui setelah nasabah tersebut menggunakan

<sup>17</sup>Yamit Z, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2011) hal 78.

produk dan merasakan pelayanan yang diberikan. Faktor utama yang harus dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan, perusahaan harus menempatkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung. Faktor kepuasan nasabah terdiri dari kualitas produk dan kualitas jasa. Produsen telah memberikan kualitas ketika produk dan jasa telah memenuhi ekspektasi nasabah. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>18</sup> Nasabah yang merasa puas jika nasabah bangga akan produk dan jasa yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

Ada beberapa pendapat mengenai indikator kepuasan nasabah antara lain:

Menurut Hawkins dan Lonney dalam buku Tjiptono indikator kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

a) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan seperti; produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau

---

<sup>18</sup>Kotler P, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Prenhallindo,2005), hal 143.

melebihi dengan yang diharapkan dan fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi; berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk, berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi: menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan, fasilitas penunjang yang disediakan memadai, dan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014, hal 101.

## 2) Kepuasan Nasabah dalam Pandangan Islam

Standar syariah adalah tolak ukur dalam menilai kepuasan nasabah dalam pandangan Islam. Kepuasan nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan dalam syariah adalah cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah. Konsep kepuasan syariah berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Kepuasan menurut syariah harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a) Barang yang dikonsumsi harus halal
- b) Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebih
- c) Tidak mengandung riba<sup>20</sup>

Berikut konsep kepuasan konsumen dalam perspektif Islam dalam al-quran surah Al-A'raf ayat 31 berikut:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ  
اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “ Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, tetapi jangan

---

<sup>20</sup>Ratna Tri Sari & Salma, Fitri Solahika, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalias di Surabaya*, *JESTT*, Vol. 2 No.4, 2015, hal 327.

*berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.*”<sup>21</sup>

## **b. Teori Kualitas Pelayanan**

### 1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima.<sup>22</sup>

Menurut Kotler kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan pelayanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka rasakan dan harapkan.<sup>23</sup>

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas rasa keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>24</sup> Menurut Usmara kualitas pelayanan merupakan suatu sikap dari hasil perbandingan

---

<sup>21</sup>QS. Al-A’Araf 31.

<sup>22</sup>Manullang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*, (Tesis, Universitas Sumatera Utara, 2008) hal 30.

<sup>23</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Penerjemah A.B. Susanto Selemba Empat, 2005), hal 153.

<sup>24</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hal 47.



pengharapan kualitas jasa nasabah dengan kinerja perusahaan yang dirasakan nasabah.<sup>25</sup>

Menurut Ahmad Mardhalis kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan nasabah demi kepuasan yang mereka dapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Pelayanan mempunyai tolak ukur kepada kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau *outcome* yang sama bahkan melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.<sup>26</sup>

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Mengenai pelayanan sebagai aktivitas ekonomi yang ditawarkan satu pihak lainnya sering berbasis waktu,

---

<sup>25</sup>Usmara, *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan dan Proses*, (Yogyakarta:Amara Books, 2003), Hal 58.

<sup>26</sup>Ahmad Mardhalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Balai Pustaka, 2005), hal 105.

pelaksanaannya membawa hasil yang diinginkan untuk penerima benda, atau aset lainnya yang memiliki tanggung jawab pembeli. Dengan imbalan uang, waktu dan usaha, pelanggan jasa mengharapkan nilai dari akses terhadap barang, tenaga kerja, keterampilan profesional, fasilitas, jaringan dan sistem. Tetapi mereka biasanya tidak mengambil kepemilikan dari setiap elemen fisik yang terlibat.<sup>27</sup>

Jadi berdasarkan pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pendapat dari nasabah mengenai suatu pelayanan disebuah perusahaan yang mereka harapkan.

## 2) Indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa menurut para ahli mengenai indikator kualitas pelayanan antara lain:

Menurut Kotler dan Keller terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a) Bukti fisik atau *tangible*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan

---

<sup>27</sup>Ari Presetio, *pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, (Jurnal Management Analysis/Volome 1/ Nomor 2/tahun 2012)

sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa.

- b) Keandalan atau *reability*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) Jaminan atau *assurance* dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- d) Perhatian atau *emphaty*, yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- e) Ketanggapan atau *responsiveness*, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Philip Kotler, Kevin dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 48.

### 3) Kualitas Pelayanan dalam Islam

Kualitas pelayanan dalam Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan.

Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai cara yang sudah ditetapkan.<sup>29</sup>

Pelayanan dalam bisnis Islam dilandasi beberapa hal pokok yakni sebagai berikut:

- 1) Shiddiq yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta ketika melakukan berbagai transaksi bisnis. Kemudian dilarang berdusta, menipu, dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sebenarnya.
- 2) Amanah dan fatonah adalah kata yang diterjemahkan pada nilai bisnis dalam manajemen yaitu bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki misi, memiliki manejer

---

<sup>29</sup>Nur rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta- Alfabeta, 2010), hal 87.

dan pimpinan yang cerdas kemudian sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.

- 3) Tablig adalah suatu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik, istilah ini dalam bahasa manajemen sebagai seorang yang supel, cepat tanggap, koordinasi dan kerja tim.
- 4) Istiqomah adalah secara konsisten menampilkan dan mengaplikasikan nilai-nilai di atas walaupun mendapatkan rintangan. Melalui istiqomah diyakini akan ada peluang-peluang bisnis yang menguntungkan sehingga akan selalu terbuka lebar.<sup>30</sup>

### c. Teori Prosedur Pelayanan

#### 1) Pengertian Prosedur Pelayanan

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya perusahaan menyusun suatu prosedur sebagai landasan dalam pelaksanaan kegiatannya. Prosedur disusun sebaik-baiknya agar dapat tercapai tujuan kegiatan yang direncanakan. Suatu kegiatan membutuhkan cara atau prosedur untuk mencapai tujuan kegiatan tersebut dan sesuai dengan apa yang direncanakan. Prosedur arti umumnya dikenal sebagai suatu system atau tata cara dalam suatu kegiatan. Menurut Nafarin prosedur

---

<sup>30</sup>Hendri Tanjung dkk, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal 56.

adalah urutan-urutan seri tugas yang saling berkaitan dan dibentuk guna menjamin pelaksanaan kerja yang seragam.

Menurut Mulyadi prosedur merupakan suatu urutan kegiatan *clerical*, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen transaksi perusahaan yang terjadi berulang. Berdasarkan pengertian di atas dimensi prosedur pelayanan menurut Mulyadi yaitu pelayanan dan kenyamanan.

Sedangkan menurut Cole, yang diterjemahkan oleh Zaki baridwan prosedur adalah suatu urutan-urutan pekerjaan kerani (*clerical*), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian/lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.<sup>31</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa prosedur pelayanan merupakan suatu kegiatan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan urutan waktu dan memiliki pola kerja yang tetap yang telah ditentukan.

---

<sup>31</sup>Hani Fitria Rahmani, *Pengaruh Prosedur Pelayanan dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan*, (Jurnal, Universitas Nasional Pasim, 2019).

## 2) Tujuan Prosedur Pelayanan

Karakteristik prosedur dikemukakan oleh Mulyadi diantaranya sebagai berikut:

- a) Prosedur menunjang tercapainya tujuan organisasi.
- b) Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin.
- c) Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana.
- d) Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan bertanggung jawab.
- e) Prosedur menunjukkan tidak adanya keterlambatan dan hambatan.<sup>32</sup>

## 3) Pengertian Pelayanan Publik

Menurut Sinambela istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia

---

<sup>32</sup>*Ibid*, hal 78-79.

membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.

Sedangkan menurut Ratminto mendefinisikan bahwa pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan menurut Sinambela pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah disertai kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.<sup>33</sup>

Dari beberapa pengertian pelayanan publik di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah sebagai pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu,

---

<sup>33</sup>Gustiwarni, *Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Desa Sako Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2014)



sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

#### 4) Jenis-jenis Pelayanan Publik

##### a) Pelayanan Administratif

Pelayanan administrasi salah satu bentuk pelayanan publik yang bertugas untuk melayani dan menghasilkan bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan. Berbicara tentang bentuk dokumen, ada banyak sekali jenisnya, mulai dari dokumen kepemilikan tanah, kewarganegaraan, sertifikasi kompetensi dan masih banyak lagi seperti KTP, BPKB, STNK, IMB dan SIM.

##### b) Pelayanan Barang

Pekerjaan pelayanan publik yang bekerja di bagian pelayanan barang bertugas untuk melayani dan menghasilkan bermacam-macam bentuk dan jenis barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tentu saja bentuknya beragam, mulai dari pelayanan pemasangan jaringan telepon, pelayanan penyediaan tenaga listrik dan masih banyak lagi.

##### c) Pelayanan Jasa

Begitupun dengan pelayanan jasa, bertugas untuk melayani atau menghasilkan berbagai hal yang sifatnya berbentuk jasa.

d) Pelayanan Regulatif

Sementara yang dimaksud dengan pelayanan regulatif adalah pelayanan yang berupaya memberikan pelayanan penegakan hukum, kebijakan dan masih banyak lagi.

5) Indikator Pelayanan Publik

Terdapat 5 determinan kualitas pelayanan publik yang dapat dirincikan sebagai berikut menurut Parasuraman, Zeithami dan Berry, (1988) yaitu:

- a) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantupelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- c) Keyakinan (*confidence*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai sertakemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”.
- d) Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagipelanggan.
- e) Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan media komunikasi.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup>*Ibid*, hal 16.

#### d. Teori *Marketing* (Pemasaran)

*Marketing* (pemasaran) merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun dibidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.

William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Jadi kita meninjau pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan

untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Namun demikian, pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribusikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi non-laba.<sup>35</sup> Meskipun perusahaan mempunyai beberapa tujuan yang sama, tetapi strategi yang di tempuhnya dapat berbeda-beda. Pada pokoknya, strategi ini ditempuh berdasarkan satu tujuan. Dalam pemasaran, strategi yang ditempuh oleh lembaga keuangan dapat terdiri atas 3 tahap, yaitu:

- 1) Memilih konsumen yang di tuju
- 2) Mengidentifikasi keinginan mereka
- 3) Menentukan *marketing mix*.<sup>36</sup>

Asosiasi pemasaran Amerika menawarkan definisi formal berikut: pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan cara pemilik sahamnya.

Pengertian pemasaran seperti yang dikemukakan oleh ahli pemasaran dunia yaitu Plihip Kotler adalah “suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang

---

<sup>35</sup>Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta:Liberty Offset, 2008, hal 5.

<sup>36</sup>*Ibid*, hal 61.

mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.” Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian di beli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.<sup>37</sup>

Promosi adalah komunikasi dari pemasaran yang mengkonfirmasi, membujuk, dan menyingkatkan kepada calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Ada empat macam promosi yang digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya berikut:

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (*awereness*) terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang di tawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan

---

<sup>37</sup>Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006 hal 19.

membedakan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang mendukung *positioning* jasa.

Penggunaan promosi pada iklan dapat di lakukan dengan berbagai media seperti pemasangan billboard di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik di sebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis melalui koran, majalah, radio dan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan dalam penggunaan media promosi adalah untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang ditawarkan, untuk menarik perhatian dan minta para nasabah baru serta mempengaruhi nasabah saingan agar mau berpindah ke bank kita.

## 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang di maksudkan untuk meningkatkan nilai barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya. *Pont of sales promotion* terdiri atas brosur, lembar informasi dan lain-lain. Atau disebut dengan alat jangka pendek yang di gunakan untuk merangsang peningkatan permintaan secepatnya. Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat di lakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*.

### 3) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Dalam dunia perbankan, penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personel selling* dilakukan oleh petugas *costumer service* yang merupakan setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Penjualan perseorangan mempunyai peranan yang penting dalam pemasaran jasa, karena:

- a) Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen sangat penting
- b) Jasa tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin
- c) Orang merupakan bagian dari produk jasa

Sifat penjualan perseorangan dapat dikatakan luwes karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli. Selain itu tenaga penjualan juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap penawaran penyesuaian di tempat ada saat itu juga.

### 4) Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan selanjutnya yang akan berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa di bandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya. pemasar dapat memilih sarana yang di anggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Ada beberapa faktor yang harus di perhatikan dalam promosi, yaitu:

- a) Identifikasi terlebih dahulu audiens tergetnya hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar
- b) Tentukan tujuan promosi: apakah untuk menginformasikan, memengaruhi atau mengingatkan.
- c) Kembangkan pesan yang di sampaikan hal ini berhubungan dengan isi pesan (apa yang harus di sampaikan), struktur pesan (bagaimana menyampaikan pesan secara logis), gaya pesan (ciptakan bahasa yang kuat), sumber pesan (siapa yang harus menyampaikannya).



- d) Pilih bauran komunikasi apakah itu komunikasi personal (*personal communication*) atau komunikasi nonpersonal (*nonpersonal communication*).<sup>38</sup>

## 2. Kerangka Konsep

### a. Konsep Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Sebelum lahirnya Bank Perkreditan Rakyat Syariah di Indonesia, masyarakat terlebih dahulu mengenal adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Menurut UU No. 21 tahun 2008 disebutkan bahwa BPR adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dimana BPR konvensional masih menerapkan sistem bunga dalam operasionalnya. Maka dari itu, harus dibedakan antara BPR Konvensional dengan BPR Syariah.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukumnya dapat berupa : Perseroan terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No. 6/17/PBI/2014). Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 menyebutkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

---

<sup>38</sup>Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2, Jakarta:Selemba Empat, 2006, hal 120.

(BPRS) yaitu bank syariah yang didalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>39</sup>

Yang perlu diperhatikan dari ketentuan diatas adalah kepanjangan dari BPRS yang berupa Bank Perkreditan Syariah. Ini berarti semua perundang-undangan yang menyebut BPR Syariah dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah harus dibaca dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>40</sup>

Pasal 1 UU No. 21 tahun 2008 tentang Ketentuan Umum disebutkan pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>41</sup> Sedangkan pasal 2 UU No. 21 tahun 2008 dijelaskan bahwa Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.<sup>42</sup>

Kegiatan usaha dari BPRS intinya hampir sama dengan kegiatan Bank Umum Syariah, yaitu berupa penghimpun dana, penyaluran dana, dan kegiatan dibidang jasa. Yang membedakannya adalah bahwa BPRS

---

<sup>39</sup>Khotibul Umam, S.H.,LL.M. *trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hal 41.

<sup>40</sup>Zubairi Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009), hal 7.

<sup>41</sup>Ahmad Ifham, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010) hal 3.

<sup>42</sup>Ahmad Ifham, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, hal 32.

tidak diperkenankan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, misalnya ikut daam kegiatan kliring, insako, dan menertibkan giro.<sup>43</sup>

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPRS versi Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah diatur dalam pasal 21, yaitu bahwa kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi:

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
  - a) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan
  - b) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainna yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 2) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
  - a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah.
  - b) Pembiayaan berdasarkan akad mudharabah, salam, atau istishna'.
  - c) Pembiayaan berdasarkan akad qardh.

---

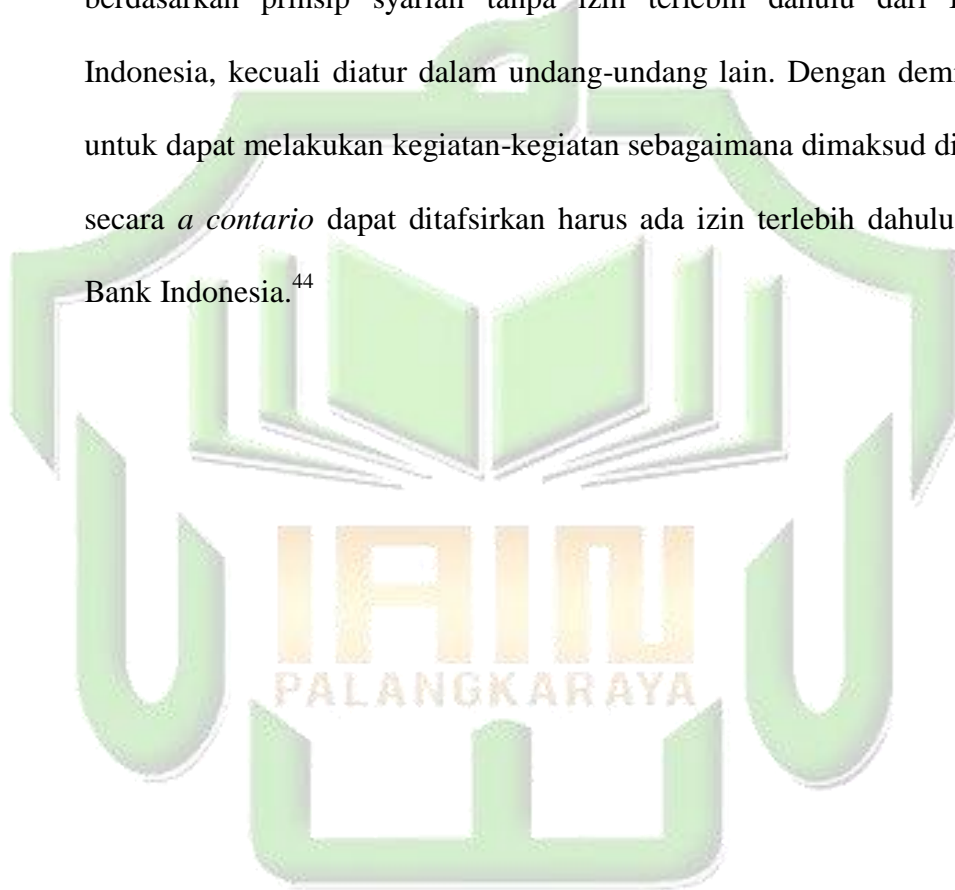
<sup>43</sup>Khotibul Umam, S.h.,LL. M. H ,*trend Pembentukan Bank Umum Syariah*, hal 41.

- d) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bitamlik; dan
  - e) Pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah.
- 3) Menempatkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad mudharabah dan atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 4) Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional dan UUS.
- 5) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

Kegiatan usaha BPRS secara teknis operasional berkaitan dengan produk-produknya mendasarkan pada pasal 2 dan pasal 3 PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syariah sebagaimana telah diubah dengan PBI NO. 10/16/PBI/2008. Lebih teknis lagi mengacu SEBI No. 10/14/BPbS Jakarta, 17 Maret

2008 perihal pelaksanaan prinsip dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syariah.

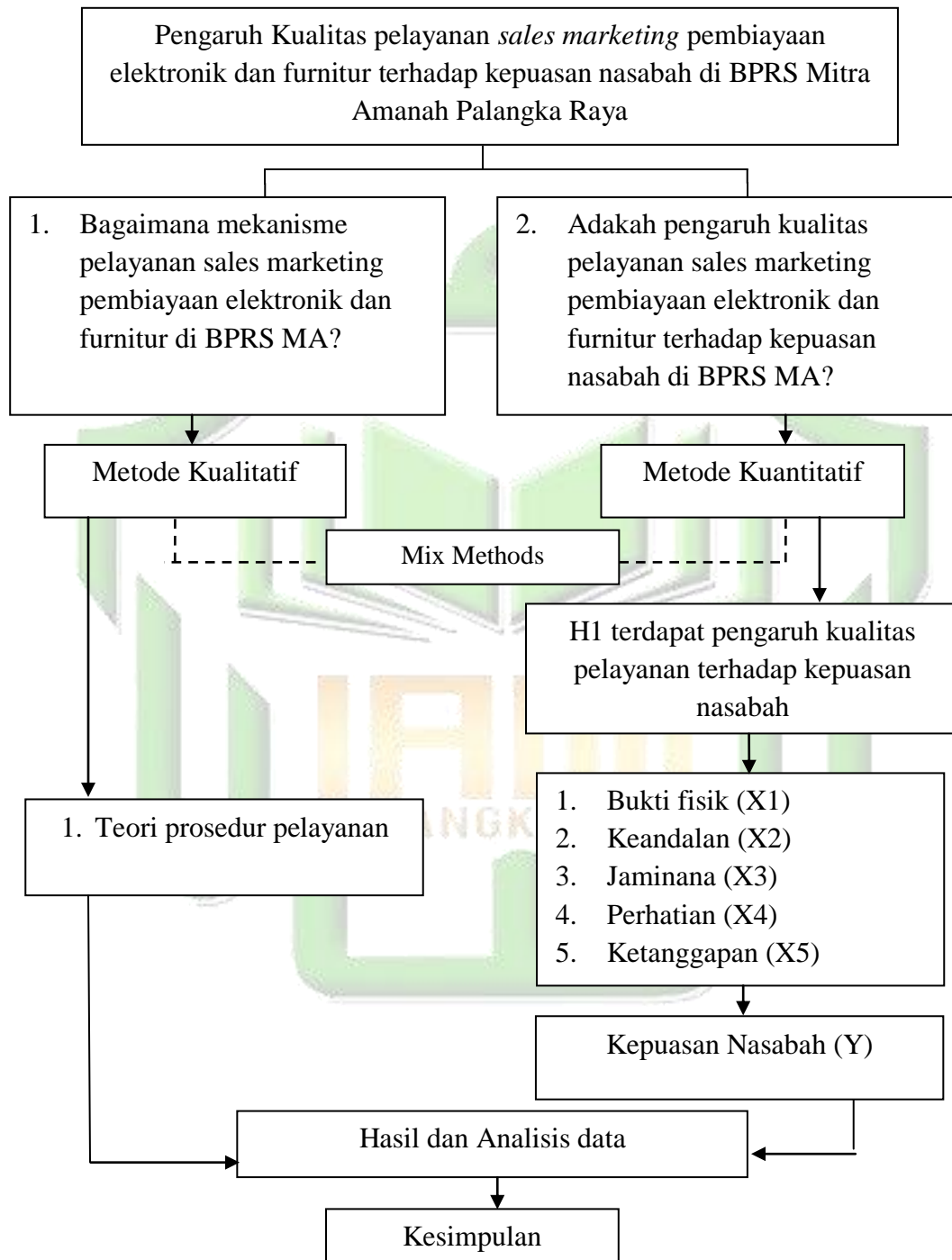
Perlu ditekankan disini bahwa setiap pihak dilarang melakukan kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip syariah tanpa izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia, kecuali diatur dalam undang-undang lain. Dengan demikian untuk dapat melakukan kegiatan-kegiatan sebagaimana dimaksud di atas secara *a contario* dapat ditafsirkan harus ada izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia.<sup>44</sup>



---

<sup>44</sup>Khotibul Umam, S.H.,LL.M. *ibid*, hal 53-55.

### C. Kerangka Pikir



**Bagan 1.1 Kerangka Pikir**

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data.<sup>45</sup>Jadi hipotesis bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan pada pendapat tersebut maka dalam penelitian ini dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub> Terdapat pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

---

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014, hal 99.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *mix methods*, yaitu suatu langkah penelitian dengan menggunakan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif.<sup>46</sup> Sedangkan menurut Sugiyono *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komperensif, valid, reliabel, dan objektif.<sup>47</sup>

Pendekatan *mix methods* diperlukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirangkum dalam bab I, rumusan masalah yang pertama dapat dijawab melalui pendekatan kualitatif dan rumusan masalah kedua dapat dijawab melalui pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan teknik campuran. Menurut Creswell strategi ini merupakan strategi dimana penulis menggabungkan data yang

---

<sup>46</sup>John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010, hal 5.

<sup>47</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mix methods)*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal 18.



ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan *interview* terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif lalu diikuti dengan data kuantitatif, dalam hal ini menggunakan survei. Strategi ini menjadi tiga bagian, yaitu:<sup>48</sup>

1. Strategi eksplanatoris sekuensial. Dalam strategi ini tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis yang dibangun berdasarkan hasil awal kualitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.
2. Strategi eksploratoris sekuensial. Strategi ini kebalikan dari strategi eksplanatoris sekuensial, pada tahap pertama penulis mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan data kuantitatif dan menganalisisnya pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil dari tahap pertama. Bobot utama pada strategi ini adalah pada data kualitatif.
3. Strategi transformatif sekuensial. Pada strategi ini penulis menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu dalam penelitian. Dalam model ini penulis boleh memilih untuk menggunakan

---

<sup>48</sup>John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010, hal 313.

salah satu dari dua metode dalam tahap pertama, dan bobotnya dapat diberikan pada salah satu dari keduanya.

Seperti yang penjelasan di atas, jenis penelitian ini menggunakan strategi eksploratoris sekuensial. Jadi, tahap pertama melakukan wawancara lalu menganalisis data kualitatif. Yaitu, mengetahui pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya untuk menjawab rumusan masalah pertama, selanjutnya akan dilakukan penyebaran skala atau instrumen penelitian dan menganalisis data kuantitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya untuk menjawab rumusan masalah yang kedua.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini sudah dilaksanakan selama 2 bulan yaitu pada bulan November-Desember 2021. Untuk memudahkan peneliti dalam melihat tabel perencanaan penelitian maka disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:



## 2. Tempat Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian ini adalah di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya bertempat di Jl. Raden Saleh ruko pintu 3,5,7, Menteng, Kecamatan Jekan Raya, Kota Palangka Raya.

## C. Metode Kuantitatif

### 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan ada dua jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen.

#### 1) Variabel Independen

Variabel independen (X) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, atau bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perusahaannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

#### 2) Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) sering disebut sebagai variabel *output*, *criteria*, konsekuen atau terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.<sup>49</sup>

b. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :<sup>50</sup>

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

## 2. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari jumlah yang akan diteliti atau diamati. Populasi bukan hanya orang (manusia), tetapi juga

---

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hal 9.

<sup>50</sup>*Ibid*, hal 38.

bisa bentuk makhluk hidup lain ataupun benda-benda alam yang lain.<sup>51</sup> Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain. Ciri yang dimaksud tidak terbatas hanya sebagai ciri lokasi akan tetapi dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu.<sup>52</sup> Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 40 nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur sebagai responden dalam penyebaran skala.

#### b. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penentuan sampel jenuh dimana semua populasi 40 nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur digunakan sebagai sampel.

---

<sup>51</sup>Muhammad Nisfianoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009, hal 5.

<sup>52</sup>Saipudin Azwar, *Metode penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010, hal 77.

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hal 81-84.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian *mix methods* dengan strategi metode campuran bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi eksploratoris sekuensial merupakan strategi bagi peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Pertama akan dilakukan wawancara terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif diikuti data kuantitatif. Untuk mendapatkan data kuantitatif bisa dengan cara penyebaran skala atau kuisioner.

Skala disusun untuk mengungkap sikap pro-kontra positif dan negatif, setuju-tidak setuju terhadap objek. Skala berisi pernyataan-pernyataan sikap (*attitude statements*), yaitu suatu pernyataan mengenai objek sikap.

Dalam hal ini penulis menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert ada dua pernyataan sikap, yaitu pernyataan yang bersifat mendukung (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung (*unfavorable*). Dimana dalam skala ini terdapat lima pilihan jawaban yakni sangat puas (SP), puas (P), tidak puas (TP), dan sangat tidak puas (STP). Kriteria penilaian bergerak dari 5,4,3,2,1 untuk jawaban *favorable* dan 1,2,3,4,5 untuk

jawaban yang *unfavorable*.<sup>54</sup> Jumlah subjek yang dilibatkan dalam penyebaran skala adalah 40 orang.

#### 4. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat ukur dalam penelitian ini berbentuk angket atau kuisisioner. Dengan menggunakan kuisisioner, dapat mempercepat dan mempersingkat waktu pengumpulan data, karena dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada beberapa responden untuk dijawab. Penyebaran kuisisioner tersebut dilakukan dengan menyebarkan kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.<sup>55</sup>

Pada Skala Likert ini, responden menjawab pertanyaan-pernyataan penelitian dengan memberikan tanda silang (x) atau tanda ceklis (v), pada alternatif jawaban yang disiapkan dengan 5 kemungkinan yang tersedia. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai,

---

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mix methods)*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal 136

<sup>55</sup>Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013, hal 138.



maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan:<sup>56</sup>

SP : Sangat Puas	diberi nilai 5
P : Puas	diberi nilai 4
C : Cukup	diberi nilai 3
KP : Tidak Puas	diberi nilai 2
STP: Sangat Tidak Puas	diberi nilai 1

Adapun langkah yang dilakukan dalam menyusun instrumen meliputi analisis variabel penelitian, menetapkan jenis instrumen dan menyusun kisi-kisi menyusun item instrumen.

a. Analisis Variabel Penelitian

Pada tahap ini dilakukan analisis setiap variabel menjadi sub variabel kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator sebelum instrumen dikembangkan. Penelitian ini penulis menganalisis 2 variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menjadi indikator masing-masing variabel.

b. Menetapkan Jenis Instrumen

Setelah menganalisis indikator masing-masing variabel, selanjutnya menetapkan jenis instrumen yang digunakan untuk

---

<sup>56</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019, hal 17.

menggali data masing-masing variabel. Penelitian ini, penulis menggunakan angket atau kuisioner untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

c. Menyusun Kisi-kisi dan Item Instrumen

Kisi-kisi adalah suatu tabel yang menunjukkan hubungan antara hal-hal yang disebutkan dalam baris dengan hal-hal yang disebutkan dalam kolom. Kisi-kisi instrumen diperlukan sebagai pedoman dalam merumuskan item instrumen.<sup>57</sup> Kisi-kisi mencakup indikator, variabel penelitian, dan komponen. Berdasarkan kisi-kisi yang telah disusun, langkah selanjutnya adalah menyusun item pertanyaan sesuai dengan jenis instrumen yang akan digunakan.

Berikut rancangan kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini dijabarkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.1 Kisi-Kisi Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Komponen</b>	<b>Butir Pertanyaan</b>
Kualitas Pelayanan (x) Variabel Bebas	<i>Tangible</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat pelayanan sudah membuat nasabah merasa nyaman.</li> <li>• Ruang yang</li> </ul>	1-3

<sup>57</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010, hal 205.

		bersih membuat nasabah merasa betah.	
	<i>Reability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas cermat dalam menangani nasabah</li> <li>• Petugas handal dalam melayani nasabah</li> </ul>	4-6
	<i>Assurance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semua kebutuhan yang dicari nasabah selalu disediakan oleh petugas.</li> <li>• Barang yang dibutuhkan nasabah selalu ada.</li> </ul>	7-9
	<i>Emphaty</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas melayani dengan sikap santun</li> <li>• Petugas melayani dengan sikap ramah.</li> </ul>	10-12
	<i>Responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas cepat dalam mengatasi masalah nasabah</li> <li>• Petugas tanggap dalam membantu nasabah</li> </ul>	13-15
Kepuasan Nasabah (y)	Kesesuaian harapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang ditawarkan sesuai</li> </ul>	16-18

Variabel terikat		<p>dengan yang diharapkan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.</li> </ul>	
	Minat berkunjung kembali	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan petugas yang cepat sehingga nasabah akan kembali menggunakan produk dan jasa di BPRS</li> <li>• Pelayanan petugas yang baik sehingga nasabah akan berkunjung kembali</li> </ul>	19-21
	Ketersediaan merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasabah mengajak keluarga untuk menjadi nasabah di BPRS</li> <li>• Nasabah mengajak teman-teman untuk menjadi nasabah di BPRS.</li> </ul>	22-24

## 5. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini dilakukan untuk memeriksa validitas dari pernyataan pada kuesioner, apakah pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

### b. Uji Reabilitas

Realiabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.<sup>58</sup> Menurut Heri Setiawan uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. Koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS dan batas

---

<sup>58</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hal. 221

kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner tersebut handal atau reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*.<sup>59</sup> Menurut Ghozali suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien  $\alpha > 0,60$  merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut handal atau reliabel.<sup>60</sup>

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung korelasi masing-masing pernyataan pada setiap variabel. Jadi, semakin mendekati besar angka koefisien, atau semakin mendekati 1, maka butir pernyataan semakin reliabel.

## 6. Analisis Data Kuantitatif

Dalam penelitian *mix methods* analisis data dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

- a. Analisis campuran bersamaan: analisis terhadap data kualitatif dan kuantitatif.
- b. Analisis kualitatif-kuantitatif bertahap: analisis data kualitatif diikuti pengumpulan dan analisis data kualitatif sebagai penegasan.

---

<sup>59</sup>Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Or Management, 2016, hal 6

<sup>60</sup>Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- c. Analisis kuantitatif-kualitatif bertahap: analisis data kuantitatif diikuti pengumpulan analisis data kualitatif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif-kuantitatif bertahap. Jadi, analisis dilakukan pada data kualitatif lalu diikuti analisis data kuantitatif. Kelompok yang telah teridentifikasi kemudian dibandingkan dengan data kuantitatif yang tersedia atau dengan data yang dikumpulkan melalui analisis kualitatif.<sup>61</sup>

#### **D. Metode Kualitatif**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang dikumpulkan dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berhubungan dengan fokus penelitian yang diteliti.<sup>62</sup>

Seperti yang telah dijelaskan di poin atas pada teknik pengumpulan data kuantitatif bahwa untuk penelitian *mix methods* dengan strategi metode campuran bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi eksploratoris sekuensial merupakan strategi

---

<sup>61</sup>Abbas Tashakkori dan Charles Teddie, *Mixed Methodology: Mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif*, Edisi Cet. 1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hal 207.

<sup>62</sup>Ridwan M.B.A, *Methods & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2009, hal 290.

bagi penulis untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif. Khususnya wawancara mendalam (*dept interview*). Para pakar kualitatif mengatakan bahwa dengan wawancara akan diketahui perasaan, persepsi, perasaan, dan pengetahuan *interview* (subjek wawancara) secara intensif.

Dalam penelitian ini menggunakan wawancara bebas terpimpin yaitu pewawancara menggunakan *interview guide* atau pedoman wawancara yang dibuat berupa daftar pertanyaan, tetapi tidak berupa kalimat-kalimat yang permanen (mengikat). Susunan pertanyaan dan susunan kata-katanya dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya) informan yang dihadapi.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Djunaidi Ghony, Fauzan, Rina Tyas Sari, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Ar-ruzz Media, 2012, hal 175-176.



## 2. Pengabsahan Data

Pengujian keabsahan data diperlukan untuk membuktikan kebenaran data yang didapat selama melakukan penelitian. Berikut adalah uji keabsahan data kualitatif.

### a. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Jenis triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

#### 1) Triangulasi sumber

Digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui berbagai sumber. Sumber yang akan diwawancarai pada PT BPRS Mitra Amanah adalah bagian *salesmarketing*, direktur marketing dan direktur utama. Data yang telah diperoleh, akan dianalisis untuk mengambil kesimpulan dan dilakukan *member check* (kesepakatan).

### b. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi digunakan untuk data pendukung untuk membuktikan temuan data yang diperoleh. Hasil wawancara didukung dengan adanya rekaman wawancara, foto dan dokumen BPRS Mitra Amanah.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015, hal 270.

### 3. Analisis Data

Menurut Sugiyono analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dijadikan kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Berikut teknik analisis data:

#### a. Pengumpulan Data

*Data Collection* atau pengumpulan data adalah tahap dimana peneliti mengumpulkan data terkait subjek dan objek penelitian sebanyak mungkin. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul selanjutnya diseleksi sehingga menghasilkan data-data yang valid dan dapat disajikan atau jika data yang ditemukan telah mengalami suatu titik jenuh maka data tersebut dapat segera disajikan.

#### b. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses merangkum untuk memilih dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, membuka kategorisasi, dan membuang hal-hal yang tidak penting.

c. Penyajian Data

Data yang telah direduksi langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan bentuk tabel, grafik, *pie chart*, dan sebagainya. Penyajian data ini akan mempermudah untuk dipahami karena data dapat terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan.

d. *Verification*

Analisis data yang terakhir adalah *verification* dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin telah dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilakukan. Kesimpulan ini merupakan temuan deskripsi suatu objek yang sebelumnya belum jelas setelah dilakukan penelitian menjadi lebih jelas dan terperinci.<sup>65</sup>

**E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan pembahasan yang jelas dalam penulisan ini maka penulis akan menyusun secara sistematis dan dibagi menjadi 5 bagian, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>65</sup>*Ibid*, hal 244.

## BAB I: PENDAHULUAN

Adapun yang termasuk dalam bab ini yaitu terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

## BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab kedua ini terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori dan konsep, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

## BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode kualitatif, metode kuantitatif dan sistematika penulisan.

## BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

## BAB V: KESIMPULAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran serta foto-foto kegiatan penelitian.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah BPRS Mitra Amanah

Pada tahun 2010, Ibu Hj. Indriati, SE., M.Si.Ak dan Bapak H. Yoyo Sugeng Triyogo, SE berangkat ke tanah suci Mekkah untuk menunaikan ibadah haji. Di tanah suci ini, terlintas dalam pemikiran Ibu Hj. Indriati, Se., M.Si.Ak untuk bisa berbuat dalam membantu sesama yang masih dalam kondisi kesusahan. Pemikiran tersebut didiskusikan dengan Bapak H. Yoyo Sugeng Triyogo, SE dan mendapat tanggapan positif dari beliau sehingga akhirnya muncul satu keputusan dan tekad untuk membuka bank pada saat pulang ke tanah air nanti.

Setelah tiba di tanah air (Palangka Raya), Ibu Hk. Indriati, SE., M.Si,Ak dan Bapak Yoyo Sugeng Triyogo, SE mulai giat mendiskusikan rencana mereka dengan beberapa orang sahabat dan kenalan mereka. Hampir semua sahabat dan kenalan memberikan tanggapan, saran, serta kritik kepada mereka yang pada akhirnya membawa mereka pada sebuah keputusan untuk memulai mengurus perijinan yang diperlukan guna terwujudnya cita-cita tersebut.

PT. BPR Syariah Mitra Amanah yang lebih dikenal dengan nama BMA, didirikan di hadapan Irwan Junaidi, SH notaris di Palangka Raya pada tanggal 30 Mei 2013. Sembari mengurus semua perijinan di tingkat provinsi, maka pada bulan Mei s.d Juni 2013 para pengurus sepakat melakukan *recruitment* calon karyawan. Tercatat 18 orang yang diterima sebagai karyawan dari 121 orang pelamar. Dalam rangka mempersiapkan Sumber Daya Insani yang mampu bersaing dan bekerja secara professional, maka sejak tanggal 05 Juni 2013 s/d 20 Desember 2013, manajemen PT. BPRS Mitra Amanah mulai memberikan pelatihan-pelatihan kepada 18 orang karyawannya, baik itu pelatihan pada beberapa perbankan umum syariah lainnya yang ada di Kota Palangka Raya maupun mendatangkan beberapa orang mentor yang sangat ahli dari Surabaya dan Jakarta.

Pada tanggal 24 Desember 2013, Gubernur Bank Indonesia Jakarta pada akhirnya menerbitkan Surat Keputusan tentang Ijin Operasional kepada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya dengan nomor 15/136/KEP.GBI/DPG/2013. Perijinan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia ini adalah merupakan perijinan terakhir kalinya, karena sejak 01 Januari 2014 fungsi perijinan perbankan sudah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Sejak diterimanya lampiran surat keputusan dari Gubernur Bank Indonesia tersebut, manajemen PT. BPRS Mitra Amanah mulai sibuk mempersiapkan diri untuk *soft opening*. Pada tanggal 21 Januari 2014 dilakukan acara *soft opening* di Kantor PT. BPRS Mitra Amanah, dimana dalam acara tersebut hadir Kepala Bank Indonesia Palangka Raya Bapak Muhammad Nur beserta dengan beberapa orang stafnya, dan Pimpinan Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Kalimantan Tengah juga hadir beserta dengan beberapa orang stafnya, Pimpinan Cabang BTN Kalimantan Tengah beserta stafnya, Pimpinan Cabang Bank Muamalat Kalimantan Tengah beserta stafnya, dan beberapa orang pengusaha-pengusaha lokal yang ada di Palangka Raya juga berkenan hadir dalam acara *soft opening* tersebut.

Selanjutnya pada tanggal 19 Februari 2014, PT. BPRS Mitra Amanah mengadakan acara *Grand Opening* yang secara resmi dibuka oleh Bapak Ir. H. Achmad Diran Wakil Gubernur Provinsi Kalimantan Tengah. Selama beberapa waktu dalam melakukan persiapan, yaitu sejak tanggal 21 Januari 2014 s/d 19 Februari 2014, PT. BPR Syariah Mitra Amanah telah mampu menunjukkan eksistensinya. Paling tidak dalam waktu tersebut, bank ini mampu menyerap dana dari masyarakat hingga Rp. 335 juta dan memberikan pembiayaan hamper Rp. 250 juta. Pendirian BPRS Mitra Amanah ini adalah dimaksudkan untuk turut

serta dalam pelayanan lembaga keuangan bagi masyarakat ekonomi menengah kebawah, dengan corak khusus yaitu pelayanan perbankan dengan nafas keislaman.

Berbeda dari badan usaha swasta pada umumnya, BPRS Mitra Amanah merupakan usaha yang berlandaskan kebersamaan (*Solidarity Corporate*) yang tetap menjunjung tinggi profesionalisme. BPRS Mitra Amanah hadir untuk memberikan pelayanan Retail Banking bagi kemajuan Bersama sesuai dengan motto Rahmatan Lil Alamin.<sup>66</sup>

Selanjutnya pada tahun 2021 ini susunan kepengurusan PT. BPRS Mitra Amanah adalah sebagai berikut:

Pemegang Saham Pengendali	: Hj. Indriati., M. Si.Ak
Pemegang Saham	: H. Yoyo Sugeng Triyono, SE
Dewan Pengurus Syariah	: Ir. H. Syamsuri Yusuf (ketua) Dr. Syarifuddin, M. Ag (anggota)
Dewan Komisaris	: H. Yoyo Sugeng Triyono, SE (Komisaris utama)
Direksi	: Muhamad Ariyadi (Direktur utama) Teti Sugiyarti (Direktur)

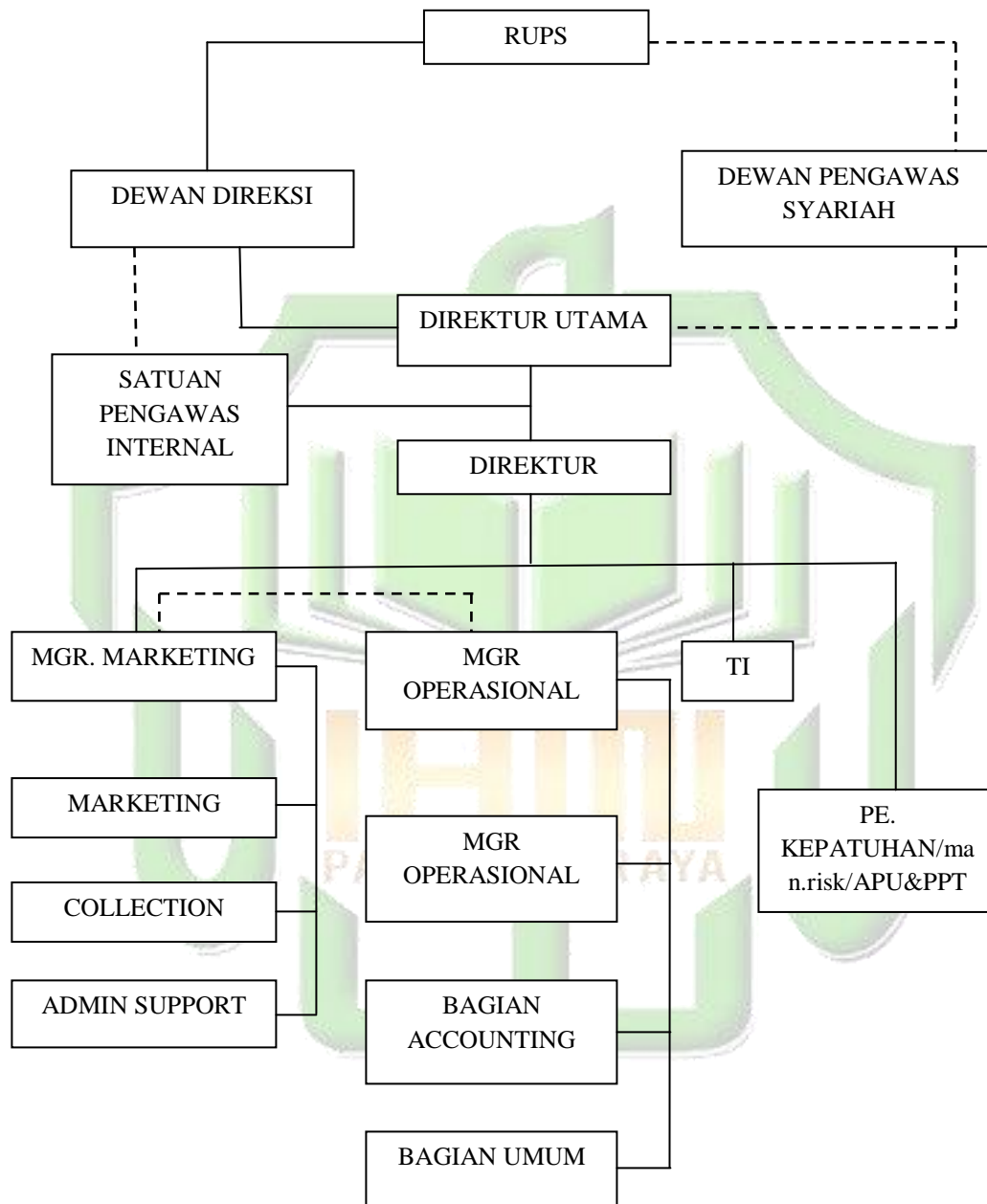
### **Bagan 2.1 Bagan Kepengurusan BPRS**

---

<sup>66</sup><http://bprspky.blogspot.com/p/tentang-kami.html?m=1> diakses pada tanggal 13 September 2022 pukul 11:45 WIB.



Berikut struktur organisasi PT. BPRS Mitra Amanah:<sup>67</sup>



**Bagan 3.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Amanah**

<sup>67</sup> Dokumentasi PT. BPRS Mitra Amanah

## 2. Visi dan Misi BPRS Mitra Amanah

BPRS Mitra Amanah Palangka Raya dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya sesuai dengan visi dan misinya.

### a. Visi

Menjadi Bank Syariah Terbesar dan Terpercaya di Kalteng

### b. Misi

Menjadikan usaha perbankan yang sehat dan amanah dengan produk yang berorientasi pada kebutuhan nasabah, utamanya pada pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam rangka pengembangan ekonomi syariah.

## 3. Produk PT. BPRS Mitra Amanah

### a. Produk Penghimpunan Dana

Merupakan produk yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dengan cara bekerja sama antara bank-nasabah, di mana bank memberikan fee kepada nasabah dalam bentuk “bagi hasil”. Adapun produk bank yang bersifat menghimpun dana adalah sebagai berikut:

#### 1) Produk TabunganKu

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan Warga Negara Indonesia dengan persyaratan mudah dan ringan yang diselenggarakan secara bersama-sama oleh bank-bank di Visi dan Misi BPRS Mitra Amanah BPRS Mitra Amanah Palangka

Raya dalam melaksanakan tugas dan wewenang nya sesuai dengan visi dan misinya.

## 2) Produk Tabungan Amanah iB

Tabungan Amanah iB adalah produk tabungan BPRS Mitra Amanah yang menggunakan akad mudharabah mutlaqah dengan bagi hasil yang kompetitif. Tabungan Amanah iB pada BPRS Mitra Amanah dipergunakan untuk nasabah yang mempersiapkan dananya pada hari depan, misalnya untuk acara pernikahan, persiapan untuk pulang saat lebaran, persiapan untuk membeli rumah, persiapan-persiapan lainnya sesuai dengan kebutuhan nasabah.

## 3) Produk Tabungan Haji atau Umroh

Membantu nasabah merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah dan dengan beberapa keunggulan sebagai berikut:

- a) Ringan, setoran awal mulai Rp. 100.000,-
- b) Aman, bekerjasama dengan bank yang berprinsip syariah
- c) Mudah, buku tabungan dipegang oleh jamaah
- d) Menguntungkan, mendapat bagi hasil bulanan
- e) Flat, pilihan nilai setoran per bulan sesuai dengan kemampuan
- f) Praktis, pendebitan langsung dari bank ke rekening Perusahaan Travel Haji/ Umroh dengan persetujuan jamaah.

g) Fleksibel, bisa dikombinasi dengan dana tabungan umroh (opsional).

#### 4) Produk Tabungan Qurban

Tabungan Qurban bertujuan mewujudkan salah satu kewajiban umat Islam dalam melaksanakan ibadah qurban tetapi dengan tidak memberatkan karena dilaksanakan dengan cara mencicil/ menabung.

#### 5) Deposito Berhadiah

Pada BPRS Mitra Amanah Palangka Raya terdapat sebuah produk penghimpunan dana yang memberikan hadiah kepada nasabah yang menghimpun dananya ke BPRS, produk tersebut adalah Deposito Berhadiah. Deposito Berhadiah sudah beroperasi sejak tahun 2015 dan masih berjalan hingga sekarang. Produk deposito berhadiah menggunakan 2 akad di dalamnya, yaitu akad Mudharabah dan akad Murabahah. Karena nasabah menghimpun atau menginvestasikan dananya ke BPRS dalam bentuk deposito, maka dari itu menggunakan akad mudharabah dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Kemudian hadiah yang didapat berasal dari bagi hasil yang telah disepakati, nasabah diperbolehkan memilih barang apa saja untuk dijadikan hadiah (tidak boleh dalam bentuk uang), kemudian untuk membeli hadiah tersebut pihak BPRS akan menggunakan uang bagi

hasil nasabah, maka dari itulah untuk hadiah pada produk ini menggunakan akad murabahah.

#### 6) Produk Penyaluran Dana

Merupakan produk yang berfungsi untuk menyalurkan dana dari masyarakat yang dihimpun oleh bank dengan cara bekerja sama antara bank-nasabah (mudharib), dimana bank memperoleh bagian atas usaha / kerja sama tersebut dari hasil usaha nasabah dalam bentuk “bagi hasil”. Adapun produk bank yang bersifat penyaluran dana adalah sebagai berikut:

##### a) Pembiayaan Serba Guna

Pembiayaan yang diperuntukan bagi PNS/ Karyawan Swasta yang berpenghasilan tetap dengan menggunakan akad murabahah (jual-beli) untuk berbagai keperluan nasabah. Jaminan berupa SK Pegawai Negeri/ Swasta asli dan disertai penggunaan pembiayaan.

##### b) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan yang dipergunakan untuk keperluan pengadaan barang-barang sebagai penambahan modal kerja.

c) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi adalah pembiayaan untuk keperluan pembelian barang-barang yang digunakan sebagai keperluan investasi.<sup>68</sup>

**B. Penyajian Data dan Pembahasan Data Kualitatif**

**1. Penyajian Data Kualitatif**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka hasil penelitian akan disajikan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah?

**Jawab:**

Adapun tahapan-tahapan yang dilalui nasabah dalam pengajuan pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS antara lain: Pertama nasabah datang ke toko elektronik dan furnitur untuk memilih barang yang diinginkan, selanjutnya menghubungi atau mendatangi BPRS untuk melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur. Setelah itu nasabah mengisi formulir dan memberikan persyaratan pembiayaan yang sudah ditetapkan oleh pihak bank seperti fotokopi KTP berpasangan (suami istri), fotokopi Kartu Keluarga.

---

<sup>68</sup>Arif Rahman, *Analisis Tingkat Likuiditas Pada PT. BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palangka Raya, 2020,) hal 43-51.

Setelah semua data persyaratan terkumpul kemudian petugas *sales marketing* akan memproses dan menganalisa data nasabah. Dalam pengecekan data tersebut menggunakan *BI checking* selanjutnya akan terlihat historis yang mencatat lancar atau macetnya pembayaran kredit nasabah tersebut. Setelah melakukan pengecekan *BI checking* tadi terlihat nasabah yang macet atau lancarnya pembiayaan yang pernah dilakukannya sebelumnya. Maka dengan melihat hal ini si nasabah tadi akan disebut layak mendapatkan pembiayaan di BPRS apabila kreditnya lancar sebaliknya kalau kredit/pembiayaannya macet maka tidak dapat mendapatkan pembiayaan elektronik dan furnitur dari kami ( BPRS). Selanjutnya akan ditentukan jumlah plafond pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selanjutnya akan dilakukan proses akad dengan nasabah akad yang digunakan untuk pembiayaan elektronik dan furnitur ini menggunakan akad murabahah, dan proses terakhir yaitu pihak bank membeli barang dari toko elektronik dan furnitur terus barangnya dikasih ke nasabah. Untuk pembiayaan elektronik dan furnitur ini tidak menggunakan jaminan. Setelah itu nasabah tinggal membayar cicilan perbulan ke pihak bank sampai lunas.

2. Berapa jumlah total keseluruhan aset di BPRS Mitra Amanah?

**Jawab:**

Total aset di BPRS RP 2.000.000.000,-

3. Apakah petugassales *marketing* berkemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya?

**Jawab:**

Tentu petugas sales marketing bisa melaksanakan tugasnya dengan melayani nasabah dengan tepat dan amanah.

4. Apakah petugassales *marketing* berkemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan dengan cepat?

**Jawab:**

Setiap petugas diwajibkan untuk membantu nasabah dan untuk pelayanan petugas disini saya rasa sudah lumayan cepat.

5. Untuk pelayanan yang cepat di BPRS ini apakah sudah atau belum?

**Jawab:**

Untuk pelayanan petugas disini saya rasa sudah cepat hanya saja untuk melakukan pembiayaan itu berproses dan harus melengkapi persyaratan yang telah kami tentukan. Setelah semua perlengkapan yang diserahkan oleh calon nasabah akan kami analisa terlebih dahulu untuk melihat cacatan kredit/pembiayaannya apakah bermasalah atau lancar. Berbeda dengan pembiayaan/kredit di tempat lain seperti lembaga non bank atau dari toko yang menjual langsung kan prosesnya gampang saja.

6. Itu yang kurang cepat pelayanannya di SDM (petugas/pegawai) atau sistemnya?

**Jawab:**



Kinerja petugas *sales marketing* disini saya rasa sudah cepat dan tanggap hanya saja memang di bagian proses pengajuan pembiayaannya yang memperlambat proses pelayanan disini.

7. Untuk harga yang murah di BPRS apakah sudah atau belum?

**Jawab:**

Ya sudah untuk cicilan perbulan yang akan dibayar nasabah relatif lebih murah daripada langsung dari pihak supplier, hanya saja dp nya sedikit lebih mahal daripada yang disediakan di toko pihak *supplier* dan untuk plafondnya tetap sama.

8. Apakah petugassales *marketing* berkemampuan untuk menimbulkan kepercayaan/ keyakinan nasabah?

**Jawab:**

Tentu karena kepercayaan adalah kunci utama dan prioritas kami, dan terwujudnya kepercayaan nasabah kepada kami akan mendukung pembentukan reputasi bank kami.

9. Apakah petugassales *marketing* memberikan perhatian kepada nasabah, misalnya mengetahui dan memahami keinginan nasabah?

**Jawab:**

Iya tentu karena kebutuhan dan keinginan nasabah terkait barang yang ingin dibeli adalah kewajiban kami untuk berupaya menuruti keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>69</sup>

10. Apa alasan nasabah melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur?

**Jawab:**

Untuk pembiayaan elektronik dan furnitur itu konsumtif karena kebutuhan gaya hidup dan untuk pemakaian sendiri. Sehingga hal ini dijadikan alasan oleh nasabah untuk melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

11. Mengapa nasabah yang melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur hanya sedikit?

**Jawab:**

Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur kadang mendapatkan kesulitan di bagian persyaratan pengajuan pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS sedangkan kalau di lembaga non bank itu tidak ribet prosesnya. Di BPRS apabila terdapat calon nasabah yang pembiayaan bermasalah atau macet maka tidak dapat mendapatkan pembiayaan. Tentu hal ini akan membuat

---

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan bapak Riyadi

beberapamasyarakat lebih memilih melakukan pembiayaan/kredit di tempat lain.<sup>70</sup>

Berikut peneliti tampilkan tambahan untuk mekanisme pelayanan *sales marketing*:

A. Pertimbangan sebelum memberikan pembiayaan elektronik dan furnitur

Sebelum diberi pembiayaan nasabah akan dianalisis dahulu data-data nasabah seperti *BI checking*, analisis 5C, dan melakukan survei (apabila perlu survei langsung ke tempat usaha). Setelah semua lulus analisis, akan diberikan pembiayaan.

1) *BI Checking*

*BI checking* merupakan salah satu fasilitas yang diijinkan oleh Bank Indonesia kepada bank untuk melihat apakah calon debiturnya tersebut bersih dan tidak masuk dalam pembiayaan bermasalah ataupun masuk dalam daftar *blacklist*.

Pada dasarnya yang lazim melakukan *BI checking* adalah pihak Bank yang mendapat pengajuan pembiayaan dari nasabah atau calon nasabahnya. Maksud dan tujuan dalam melakukan *BI checking* ini adalah untuk mengetahui sejauh mana informasi-informasi terkini mengenai status pinjaman di bank lain, kalau memang ada, di Bank mana saja, lalu bagaimana riwayat pembayarannya apakah lancar atau tidak ataumalah dalam keadaan macet. Berkat Sistem Informasi

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Teti

yang dikelola Bank Indonesia itu, semuanya akan tersaji dalam hitungan menit yang dilakukan secara online.<sup>71</sup>

## 2) Analisis 5C

Menurut Ismail agar memperoleh keyakinan dalam hal pembayaran yang akan dilakukan di masa mendatang oleh debitur, maka disarankan menggunakan standar minimal yang telah diterapkan yaitu menggunakan prinsip 5C dalam menganalisis keadaan debitur. Prinsip 5C tersebut terdiri dari:<sup>72</sup>

### a) *Character* (Karakter)

Menjadi bahan penting bagi bank syariah melihat kepribadian dan watak calon debitur sebelum menerima pengajuan pembiayaan. Lembaga keuangan akan melakukan analisis mendalam terhadap kemampuan calon debitur, sehingga akan muncul *willingness to repay* dari calon debitur, yaitu keyakinan bahwa jumlah dan waktu pembayaran yang diberikan kepada debitur sudah tepat dan dapat melakukan pembayaran tepat waktu.

---

<sup>71</sup>PuloSiregar, *BebaskanUtangmu*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014, hal 27.

<sup>72</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi, Edisi Pertama*, cet pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hal 112-116.

b) *Capacity* (Kapasitas/Kemampuan)

Kemampuan nasabah yang melakukan permohonan pembiayaan juga perlu dilakukan pihak bank. Terutama terkait sumber utama pemasukan calon debitur tersebut.

c) *Capital* (Modal)

Modal diperlukan sebagai ukuran persen dana calon debitur yang dilibatkan dalam pembiayaan yang diadakan. Semakin besar dana yang dilibatkan oleh calon debitur akan semakin menambah kepercayaan pihak bank.

d) *Collateral* (Jaminan)

Anggungan adalah jaminan yang digunakan sebagai alternatif pembayaran kedua apabila dikemudian hari terjadi hal diluar kesepakatan, seperti tidak membayar angsuran. Maka anggungan akan digunakan untuk membayar pembiayaan yang diberikan. Khusus untuk pembiayaan elektronik dan furnitur tidak menggunakan jaminan.

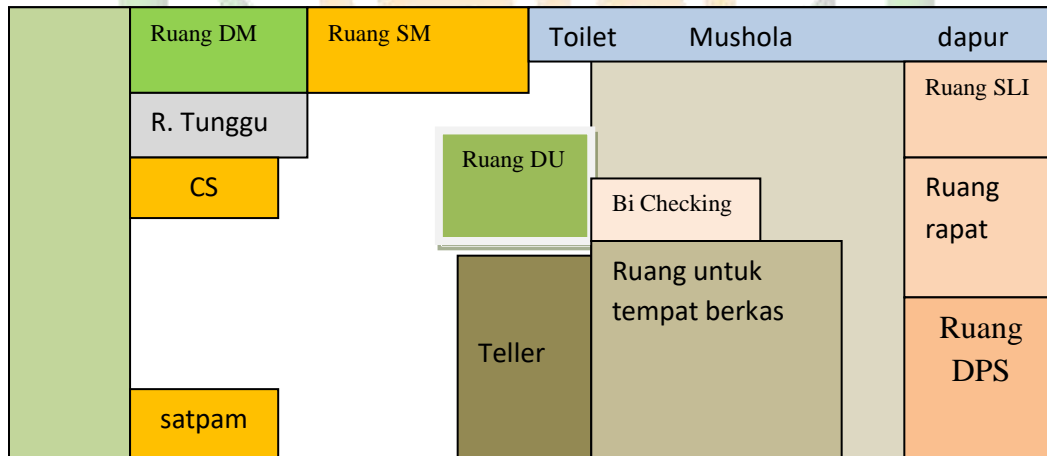
e) *Condition of economy* (Kondisi Ekonomi)

Bagian ini merupakan analisis terhadap kondisi perekonomian calon debitur di masa yang akan datang. Bank membutuhkan analisis terkait sektor usaha calon debitur yang dikolaborasikan dengan kondisi ekonomi diluar usaha calon debitur.

## B. Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Elektronik dan Furnitur

- 1) syarat Pembiayaan Elektronik dan Furnitur
  - a) Mengisi formulir permohonan
  - b) Fotokopi KTP suami & istri
  - c) Fotokopi Kartu Keluarga (KK)
- 2) Ketentuan Pembiayaan Elektronik dan Furnitur
  - a) Misalkan salah satu persyaratan diatas tidak lengkap, seperti terdapat calon nasabah yang masih belum menikah maka tetap bisa melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur asalkan melengkapi persyaratan seperti fotokopi KTP dan Kartu Keluarga.

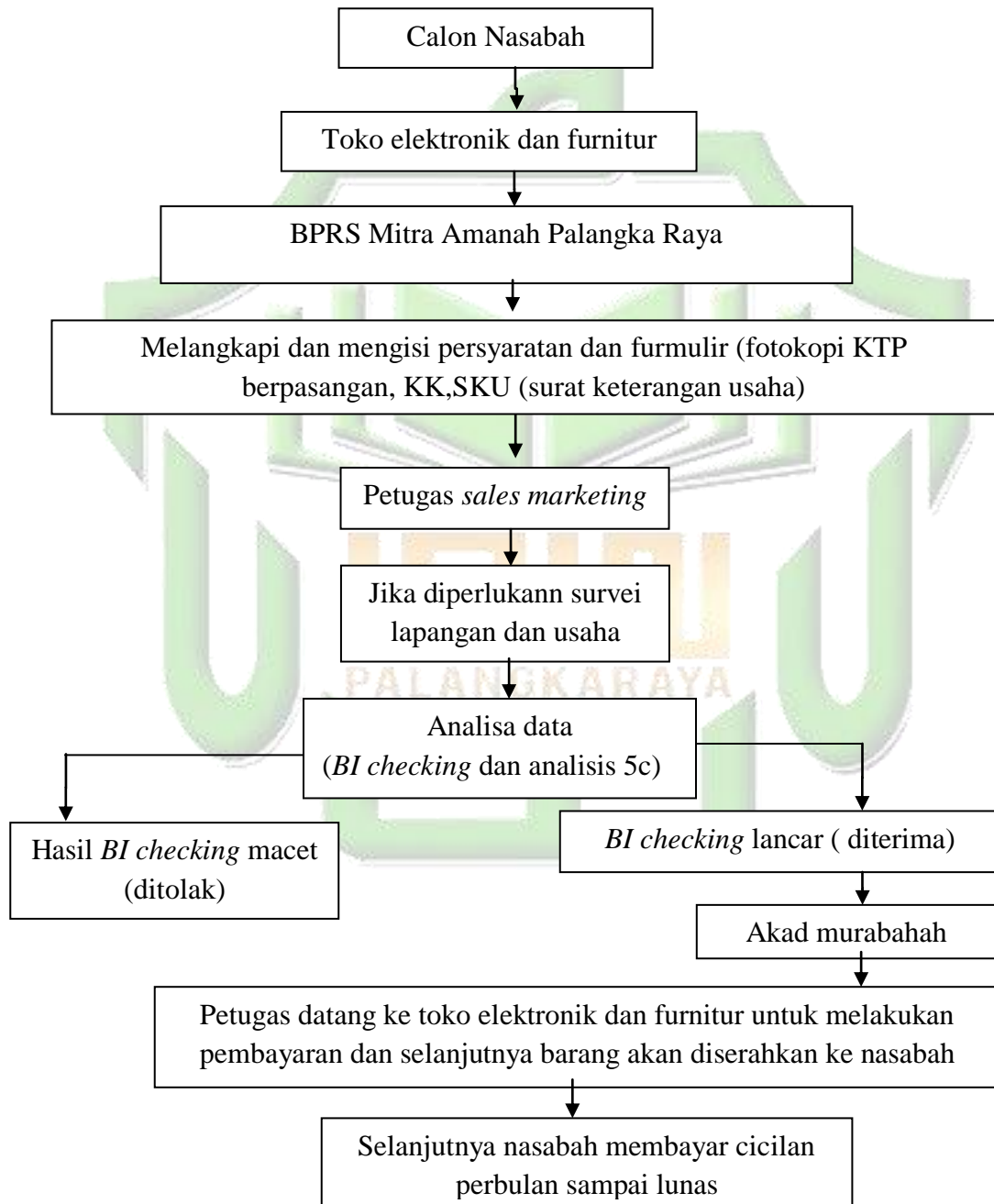
## C. Skema ruang BPRS



#### D. Flow Chart (SOP) Pembiayaan Elektronik dan Furnitur BPRS

Berikut peneliti tampilkan bagan flow chart untuk mekanisme pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya:

**Bagan 4.1 Flow Chart Pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS**



## 2. Pembahasan

### 1. Mekanisme Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur?

Berdasarkan hasil pemaparan data dalam bentuk wawancara dan dilakukan analisis menggunakan kajian teori, analisis pada rumusan masalah pertama yaitu mengenai Mekanisme Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil wawancara dengan satu subjek dan pengamatan yang dilakukan peneliti tentang mekanisme pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS itu apa yang telah disampaikan subjek sesuai dengan yang dijelaskan oleh informan serta sesuai dengan hasil survei peneliti selama dilapangan. Dan dari hasil wawancara juga dapat diambil kesimpulan bahwa ada beberapa konsep yang bisa digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur antara lain yaitu segmentasi pasar dan bauran pemasaran

#### a. Pengelompokkan Pasar

Pengelompokkan pasar ini akan memudahkan *sales marketing* dalam menentukan nasabah sarannya, pengelompokkan ini dapat dilakukan berdasarkan segmentasi geografis (negara, provinsi,



perkotaan, pedesaan, kompleks perumahan,) dan demografis (jenis kelamin, usia, agama, jenis usaha dan pendapatan)

#### 1) Segmentasi Geografis

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara dengan dua subjek dan observasi yang dilakukan peneliti bahwa *sales marketing* BPRS melakukan pengelompokan nasabah untuk di daerah berdasarkan kecamatan, kompleks perumahan, dan tentu yang di prioritaskan adalah nasabah yang berdomisili di Palangka Raya. Untuk pengelompokan nasabah ini maka akan memudahkan *sales marketing* memasarkan produk pembiayaan elektronik dan furnitur.

#### 2) Segmentasi Demografis

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara dengan dua subjek dan observasi yang dilakukan peneliti bahwa *sales marketing* BPRS melakukan pengelompokan nasabah berdasarkan usia, pekerjaan, pendapatan. Untuk pengelompokan nasabah berdasarkan usia, itu tujuannya untuk mengetahui mana nasabah yang masih berada di usia produktif, sehingga produk pembiayaan elektronik dan furnitur dapat ditawarkan dan pastinya akan banyak peminatnya dikarenakan usia yang muda pasti memerlukan banyak kebutuhan elektronik dan furnitur. Untuk pengelompokan nasabah berdasarkan pekerjaan juga akan

memudahkan *sales marketing* untuk memasarkan produk pembiayaan elektronik dan furnitur ini. Kemudian pengelompokkan nasabah berdasarkan jenis usaha atau pendapatan, itu tujuannya untuk mengetahui jenis usaha yang dimiliki nasabah ini jenis usaha yang berpenghasilan tinggi, sedang atau rendah. Untuk jenis usaha yang berpenghasilan sedang hingga rendah maka *sales marketing* dapat memasarkan produk pembiayaan elektronik dan furnitur ini.

b. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara terus-menerus agar dapat tercapai tujuan pemasaran yang dipasarkan. Dalam bauran pemasaran ada beberapa komponen yang harus dilakukan sales marketing ada beberapa komponen yaitu komponen harga dan promosi.

1) Harga

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara dengan subjek dan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa BPRS Mitra Amanah sangat berhati-hati dalam penentuan harga karena menghindari kesalahan dalam menentukan harga yang nantinya dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena walau bagaimanapun tujuan pendirian usaha itu ialah untuk

mendapatkan laba. Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran

## 2) Promosi

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara dengan subjek dan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa dalam melakukan promosi brosur pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS melakukan berbagai macam model promosi antara lain :

### a) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Pelaksanaan kegiatan promosi dengan metode *personal selling* ini dilakukan oleh para sales marketing BPRS dengan berkunjung ke tempat-tempat dan membagi brosur serta mengadakan sosialisasi. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memberikan informasi mengenai pembiayaan elektronik dan furnitur yang ada di BPRS. Dalam *personal sellingsales marketing* dan calon nasabah akan saling berkomunikasi, namun komunikasi ini tidak menitik beratkan pada membujuk atau mempengaruhi, namun menyampaikan informasi dengan ramah agar membuat calon nasabah ini lebih nyaman.

### b) Periklanan (*Adversiting*)

Pelaksanaan kegiatan promosi dengan media iklan ini sangat berpengaruh sekali untuk memperkenalkan pembiayaan

elektronik dan furnitur kepada masyarakat luas. Iklan dapat dilakukan melalui beberapa media seperti media sosial, media cetak surat kabar, majalah dan bulletin, media luar ruangan papan reklame, *electronic board*, baliho, iklan pohon, spanduk, poster dan lain-lain . Dari beberapa media diatas, BPRS pernah menggunakan media cetak berupa brosur, brosur ini sangat bermanfaat sekali karena didalamnya memuat informasi pembiayaan elektronik dan furnitur BPRS. Hanya saja dana promosi yang diberikan perusahaan dirasa belum mencukupi untuk melaksanakan kegiatan promosi seperti brosur yang masih potokopian sehingga hal ini tidak memaksimalkan pelayanan *sales marketing* guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan yaitu peningkatan jumlah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur.

c) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

*Sales marketing* BPRS Mitra Amanah juga melakukan promosi melalui bidang hubungan masyarakat (*public relation*) dimana para *sales marketing* datang kerumah-rumah calon nasabah, ke instansi-instansi, ke warung-warung dan ke pasar untuk mempromosikan dan membagikan brosur pembiayaan elektronik dan furnitur. Dalam proses

promosinya pihak BPRS dapat menyampaikannya secara formal maupun informal, yang penting nasabah dapat memahami dan tertarik dengan apa yang telah disampaikan.

Hal yang paling penting dalam promosi tahap ini ialah *sales marketing* dapat berbaur dengan masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa *sales marketing* BPRS menggunakan cara hubungan masyarakat (*public relation*) untuk membentuk pengaruh kepada calon nasabah agar percaya dan tumbuh keinginan untuk menjadi nasabah BPRS.

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme pelayanan *sales marketing* belum efektif dikarenakan di bagian sistem pelayanannya pada brosur pembiayaan elektronik dan furnitur dapat diketahui bahwa dana promosi yang diberikan perusahaan belum mencukupi untuk melaksanakan kegiatan promosi seperti brosur yang masih potokopian sehingga hal ini tidak memaksimalkan pelayanan *sales marketing* guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan yaitu peningkatan jumlah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur. Dan hasil penelitian ini berkaitan dengan Al-qur'an surah Al-Maidah ayat 87 sebagai berikut:<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup>Q.S Al-Maidah ayat 87.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

*“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”*

Dari ayat diatas maka dapat diketahui bahwa sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

### **C. Penyajian Data dan Pembahasan Data Kuantitatif**

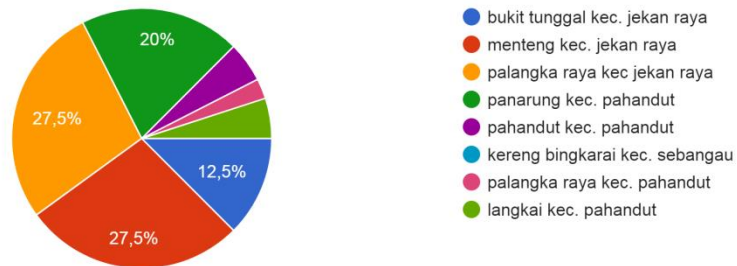
Berasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian yang akan disajikan dalam bentuk penyajian data yang sesuai dengan hasil pengukuran yang dilakukan sebelumnya. Penelitian untuk metode kuantitatif ini terlaksana dikarenakan diperoleh dari sampel yang dijadikan responden untuk diambil data-data kualitas pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya.

Maka hasil dari jawaban angket online yang dilakukan oleh peneliti. Untuk angket online peneliti bagikan melalui googe formulir ke nomor nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur. Jumlah angket online sebanyak 40 orang untuk uji validitas, untuk uji asumsidan regresi liner sederhana, maka didapatkan hasil setelah peneliti ujikan hasil dari data jawaban angket berdasarkan pengaruh kualitas pelayanan *sales marketing*

pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasaabah di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya. Maka dari itu untuk melihat perbandingan jawaban angket yaitu bisa dilihat dari perbandingan alamat, usia dan pekerjaan dan lokasi nasabah sebagai berikut:

**Bagan 5.1 Grafik Alamat**

alamat  
40 jawaban

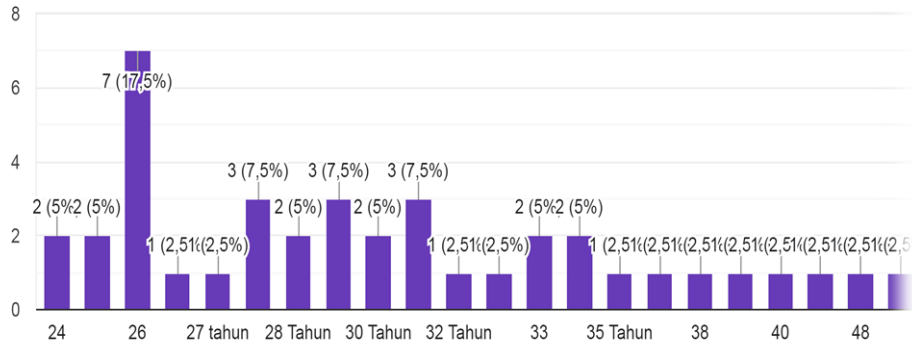


Dari grafik alamat maka dapat diketahui bahwa nasabah paling banyak berada di Kecamatan Jekan Raya sebesar 67,5% dan paling sedikit di Kecamatan Sebangau sebesar 2,9%. Dari hasil ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk promosi dan sosialisasi *sales marketing* perlu di fokuskan pada kecamatan yang nasabahnya masih sedikit supaya dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur. Seperti tabel ini diketahui bahwa nasabah paling sedikit berada di Kecamatan Sebangau maka dari hal ini *sales marketing* perlu memfokuskan pangsa pasar ke Kecamatan Sebangau.

## Bagan 6.1 Grafik Usia

Usia

40 jawaban

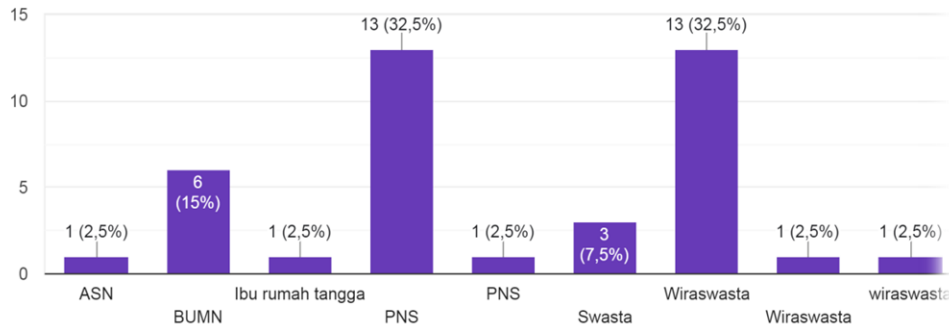


Dari grafik usia diatas maka dapat diketahui bahwa dalam pengisian angket usia paling banyak adalah usia 26 tahun sedangkan usia paling sedikit menjawab adalah usia 48 tahun.

## Bagan 7.1 Grafik Pekerjaan



Pekerjaan  
40 jawaban

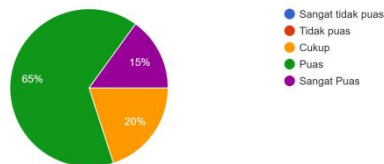


Dari grafik pekerjaan diatas maka dapat diketahui bahwa dalam pengisian angket pekerjaan nasabah paling banyak adalah PNS dan Wiraswasta dan paling sedikit adalah Ibu Rumah Tangga.

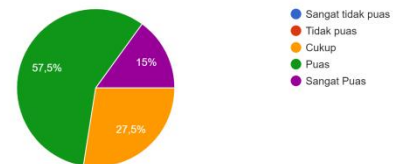
#### a. Grafik Hasil Kuisisioner

Berikut peneliti tampilkan grafik hasil jawaban 40 nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

1. Bangunan BPRS terlihat bersih  
40 jawaban



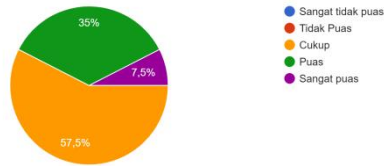
2. Tempat pelayanan sudah membuat nasabah merasa nyaman  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *tangible* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

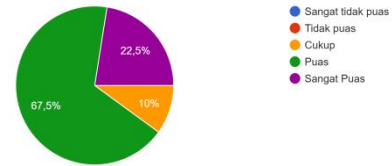
Dari grafik hasil pernyataan indikator *tangible* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 57,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

3. Ruangan yang bersih membuat nasabah merasa betah  
40 jawaban



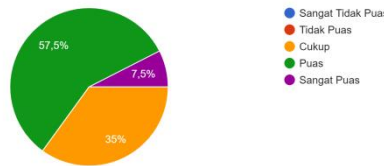
Dari grafik hasil pernyataan indikator *tangible* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan cukup sebesar 57,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 7,5%.

4. Karyawan memberikan pelayanan sesuai janji  
40 jawaban



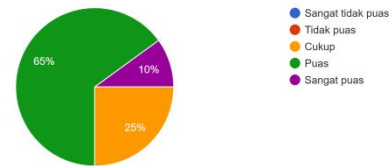
Dari grafik hasil pernyataan indikator *reability* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 67,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 10%.

5. Petugas cermat dalam menangani nasabah  
40 jawaban



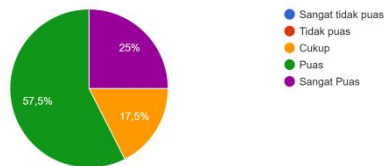
Dari grafik hasil pernyataan indikator *reability* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 57,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 7,5%.

6. Petugas Handal dalam melayani nasabah  
40 jawaban



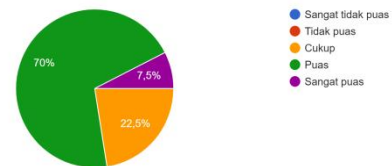
Dari grafik hasil pernyataan indikator *reability* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 10%.

7. Petugas memberikan rasa aman saat melakukan transaksi  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *assurance* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 57,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup

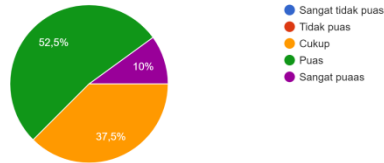
8. Barang yang saya butuhkan selalu ada  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *assurance* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 70% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan

sebesar 17,5%.

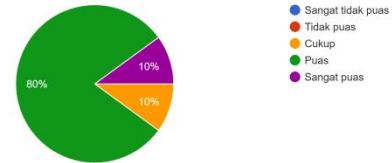
9. Semua kebutuhan yang saya cari selalu disediakan oleh petugas  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator assurance diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 52,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 10%.

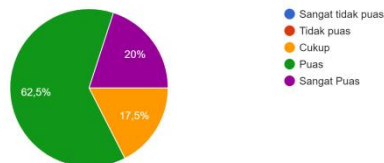
sangat puas sebesar 7,5%.

10. Petugas mengetahui keinginan nasabah  
40 jawaban



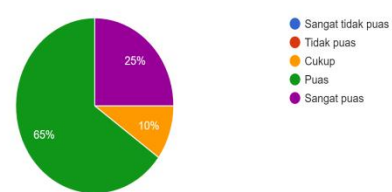
Dari grafik hasil pernyataan indikator *emphaty* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 80% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 10%.

11. Petugas melayani dengan sikap ramah  
40 jawaban



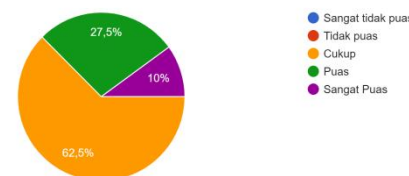
Dari grafik hasil pernyataan indikator *emphaty* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 62,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 17,5%.

12. Petugas melayani dengan sikap yang santun  
40 jawaban



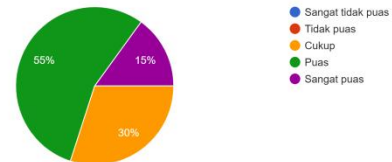
Dari grafik hasil pernyataan indikator *emphaty* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 10%.

13. Petugas tanggap dalam melayani nasabah  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *responsiveness* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan cukup

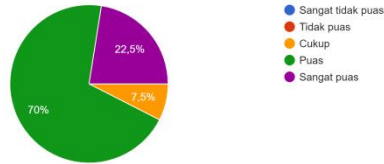
14. Petugas cepat dalam mengatasi masalah nasabah  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *responsiveness* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab

sebesar 62,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 10%.

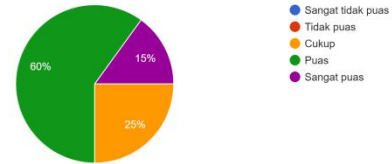
15. Petugas tanggap dalam membantu nasabah  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator *responsiveness* diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 70% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 7,5%.

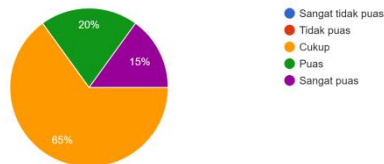
pilihan puas sebesar 55% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

16. Kinerja petugas sesuai dengan harapan nasabah  
40 jawaban



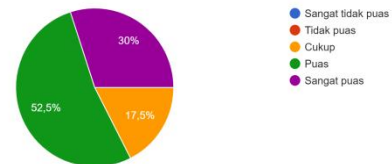
Dari grafik hasil pernyataan indikator kesesuaian harapan diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 60% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

17. Harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan  
40 jawaban



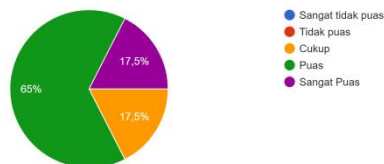
Dari grafik hasil pernyataan indikator kesesuaian harapan diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 15%.

18. Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan  
40 jawaban



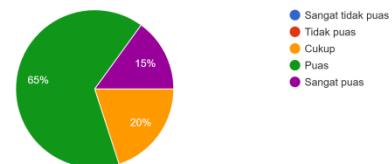
grafik hasil pernyataan indikator kesesuaian harapan diatas bahwa dari 40 nasabah diketahui palingbanyak menjawab pilihan puassebesar 52,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 17,5%.

19. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator minat berkunjung kembali diatas bahwa dari 40 nasabah dapat

20. Pelayanan petugas yang cepat membuat saya ingin kembali menggunakan BPRS  
40 jawaban

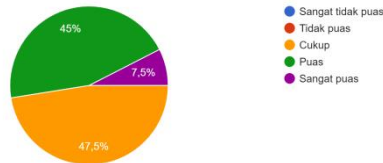


Dari grafik hasil pernyataan indikator minat berkunjung kembalidiatas bahwa dari 40

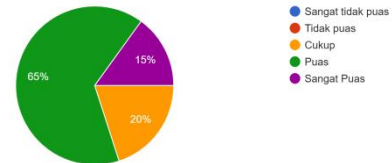
diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 17,5%.

nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

21. Pelayanan petugas baik sehingga saya merasa puas  
40 jawaban



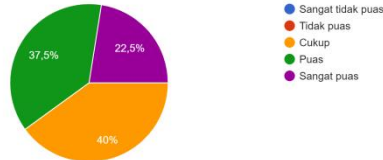
22. Saya memiliki pengalaman yang baik selama proses pembiayaan  
40 jawaban



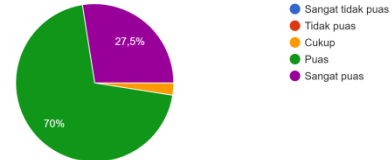
Dari grafik hasil pernyataan indikator minat berkunjung kembali diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan cukup sebesar 47,5% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 7,5%.

Dari grafik hasil pernyataan indikator ketersediaan merekomendasikan diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 65% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 15%.

23. Saya bersedia mengajak kerabat saya untuk menjadi nasabah di BPRS  
40 jawaban



24. Saya bersedia mengajak teman saya untuk menjadi nasabah di BPRS  
40 jawaban



Dari grafik hasil pernyataan indikator merekomendasikan diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan cukup sebesar 40% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan sangat puas sebesar 22,5%.

Dari grafik hasil pernyataan indikator minat merekomendasikan diatas bahwa dari 40 nasabah dapat diketahui paling banyak menjawab pilihan puas sebesar 70% dan paling sedikit dengan jawaban pilihan cukup sebesar 2,5%.

Dari 24 hasil grafik kuisiner penelitian diatas maka dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang peneliti gunakan semuanya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Mitra Amanah. Berdasarkan seluruh hasil grafik di

atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan yang paling banyak menjawab pilihan puas adalah indikator *emphaty* sebanyak 80%, *responsiveness* sebanyak 70% dan *assurance* sebanyak 70%. Dan yang menjawab dengan pilihah cukup paling banyak adalah dari indikator *responsiveness* sebanyak 62,5% dan *tangible* 57,5%.

Kesimpulan kedua yaitu untuk variabel kepuasan nasabah dapat diketahui yang paling banyak menjawab pilihan puas adalah dari indikator ketersediaan merekomendasikan kepada keluarga dan teman terdekat untuk melakukan pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah sebanyak 65%, kesesuaian harapan sebanyak 65%. Dan yang menjawab dengan pilihan cukup paling banyak adalah dari indikator minat berkunjung kembali sebanyak 47,5%.

#### **b. Uji Instrumen Penelitian**

##### **1) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

#### **Tabel 4.1 Corellation**

Correlations				
		Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah	Unstandardized Residual
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.865**	.000
	Sig. (2-tailed)		.000	1.000
	N	40	40	40
Kepuasan nasabah	Pearson Correlation	.865**	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	40	40	40
Unstandardized Residual	Pearson Correlation	.000	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	1.000	.001	
	N	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $r_{hitung} > r_{tabel}$   $0,865 > 0,05$  dan variabel kepuasan nasabah (y) mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,502 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item valid.

## 2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*.<sup>74</sup> Menurut Ghozali suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha  $> 0,60$  merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut handal atau reliabel.

<sup>74</sup>Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Or Management, 2016, hal 6

**Tabel 5.1 Reability Statistics**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien Cronbach alpha yaitu sebesar  $0,729 > 0,6$  Maka dari itu dapat dikatakan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

**c. Uji Asumsi Klasik**

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov yang dihitung dengan bantuan program SPSS 25.00

**Tabel 6.1 One Sample kolmogorov- Smirnov Test**



		Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah	Unstandardized Residual
N		40	40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	57.3000	34.2000	.0000000
	Std. Deviation	4.76741	3.79744	1.90670797
Most Extreme Differences	Absolute	.167	.196	.079
	Positive	.167	.196	.079
	Negative	-.108	-.109	-.060
Test Statistic		.167	.196	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.007 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				
d. This is a lower bound of the true significance.				

Berdasarkan hasil dari uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data yang ada dalam penelitian ini berarti berdistribusi normal.

## 2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah beberapa variasi data dari populasi memiliki varian yang sama atau tidak.

**Tabel 7. 1 Tabel Tests of Homogeneity of Variances**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kualitas pelayanan	Based on Mean	3.531	7	27	.008
	Based on Median	1.280	7	27	.297
	Based on Median and with adjusted df	1.280	7	9.748	.351
	Based on trimmed mean	3.286	7	27	.012

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai sig adalah  $0,008 < 0,05$  menunjukkan variabel kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah adalah tidak sama.

#### d. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan ketergantungan satu variabel terikat dengan variabel bebas. Khususnya dalam penelitian ini untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian pengolahan data dengan bantuan program SPSS 25.00 berikut perolehan data yang dilakukan peneliti:

**Tabel 8.1 Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

<b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan nasabah <sup>b</sup>	.	Enter
a. Independent Variable: Kualitas pelayanan			
b. All requested variables entered.			

Tabel pertama menunjukkan variabel apa saja yang diproses, mana yang menjadi variabel bebas dan variabel terikat. Pada tabel diatas dapat diketahui yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (independen) dan varibael terikat adalah kepuasan nasabah (dependen).

**Tabel 9.1 Model Summary<sup>b</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 <sup>a</sup>	.748	.741	2.42503

Pada tabel diatas menampilkan nilai R yang merupakan simbol dari nilai koefisien korelasi. Pada tabel di atas diketahui nilai korelasi adalah 0,865. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel ada dikategori kuat. Dari tabel ini juga diketahui nilai R square atau koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa bagus model regresi dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 74,8% dan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

**Tabel 10.1 ANOVA<sup>a</sup>**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	662.931	1	662.931	112.729	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	223.469	38	5.881		
	Total	886.400	39			

Pada tabel diatas digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Kriterianya dapat ditentukan berdasarkan uji F atau uji nilai signifikansi (Sig). Dengan ketentuan, jika nilai sig <

0,05 maka model regresi adalah linier, dan berlaku sebaliknya. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai sig  $0,001 < 0,005$ . Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai sig memenuhi kriteria linieritas.

**Tabel 11.1 Coefficients<sup>a</sup>**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	20.169	3.518		5.733	.000
	Kualitas Pelayanan	1.086	.102	.865	10.617	.000

Berdasarkan tabel diatas, maka rumusan regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 20,169 + 0,1086 X + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1.  $a = 20,169$  artinya apabila kualitas pelayanan ( $X$ ) = 0 maka kepuasan nasabah adalah 20,169, yaitu sebesar bilangan constanta ( $a$ ).
2.  $b = 0,1086$  artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat rata-rata 0,1086.

Dengan demikian dapat dinyatakan kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

## 2. Pembahasan Data Kuantitatif

Dari hasil pengujian hipotesis  $H_1$  yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin puas nasabah. Hal ini diketahui dari hasil pembahasan diperoleh hasil persamaan regresi linier sederhana yaitu nilai persamaan regresi linier sederhana  $Y = 14,992 + 0,591 X + e$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kevin Aditya Pratama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini berkaitan dengan surah Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut.<sup>75</sup>

اٰیُّهَا الَّذِیْنَ اٰمَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَیِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّاۤ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَیَمَّمُوا الْخَبِیْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَاَنْتُمْ بِاَخْذِیْهِ الْاٰلَآءُ اَنْ تُغْمِضُوْا فِیْهِ  
ۗ وَاَعْلَمُوْۤا اَنَّ اللّٰهَ عَزِیْزٌ حَمِیْدٌ

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”*

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk.

---

<sup>75</sup>Q.S. Al-Baqarah ayat 267.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan *Sales Marketing* Pembiayaan Elektronik dan Furnitur Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya di atas maka dengan penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme pelayanan *sales marketing* pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS Mitra Amanah ternyata belum efektif dikarenakan di bagian sistem pelayanannya pada brosur pembiayaan elektronik dan furnitur bahwa dana promosi yang diberikan perusahaan belum mencukupi untuk melaksanakan kegiatan promosi seperti brosur yang masih potokopian sehingga hal ini tidak memaksimalkan pelayanan *sales marketing* guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan yaitu peningkatan jumlah nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan sales marketing pembiayaan elektronik dan furnitur terhadap kepuasan nasabah di BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin puas nasabah.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka peneliti, maka peneliti menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, maka dari itu peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Pihak Lembaga**

Saran dari peneliti untuk PT. BPRS adalah yang pertama dengan membuat brosur yang menarik karena dengan hal ini bisa membuat calon nasabah tertarik menjadi nasabah pembiayaan elektronik dan furnitur di BPRS, dan saran kedua dari peneliti adalah fokuskan lagi untuk promosi dan pembagian brosur ke daerah-daerah yang masih sedikit nasabahnya seperti di Kereng Bingkarai Kecamatan Sebangau Palangka Raya.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah, dan perlu diadakan penelitian lanjutan yang berpijak dari hasil penelitian ini yaitu agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian terhadap loyalitas nasabah

pembiayaan elektronik dan furnitur karena peneliti hanya dapat melakukan penelitian dua pokok atau dua variabel saja yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan nasabah. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lanjutan.

### 3. Bagi Pihak Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan kepada para pihak akademisi guna mengetahui tentang bank dan lembaga keuangan berbasis syariah secara mendalam khususnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya dalam menganalisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Palangka Raya. Serta untuk memperkaya skripsi tentang metodologi penelitian campuran (*mix methods*).



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Al Arif Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta. 2010.
- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2010.
- Azwar Saipudin. *Metode penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Belajar. 2010.
- Brosur Pembiayaan elektronik dan Furnitur BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.
- Creswell John W. *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2010.
- Dokumen PT BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.
- Ghony Djunaidi, Fauzan, Rina Tyas Sari. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-ruzz Media. 2012.
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Irawan Hadi. *Manajemen Keselamatan Pasien*. Yogyakarta:Deepublish. 2017
- Hasan Zubairi. *Undang-undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2009.
- Ifham Ahmad. *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2010.
- Ismail. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi. Edisi Pertama*. cet pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Juni Doni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung:Alfabeta. 2017.

- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran. Jasa* edisi 2. Jakarta: Selemba Empat. 2006.
- Mardhalis Ahmad. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Balai Pustaka. 2005.
- Nisfianoor Muhammad. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. 2009.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Penerjemah A.B. Susanto Selemba Empat. 2005.
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo. 2005.
- Philip Kotler, Kevin dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2008.
- QS. Al-A'raf 31.
- Ridwan M.B.A. *Methods & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group. 2013.
- Siregar Pulo. *Bebaskan Utangmu*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2019.

Swasta Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset. 2008.

Tanjung Hendri dkk. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2003.

Tashakkori Abbas dan Charles Teddie. *Mixed Methodology: Mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Edisi Cet. 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010.

Tjiptono Fandy. *Pemasaran Jasa*. Jatim: Bayumedia Publishing. 2005.

\_\_\_\_\_. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2006.

\_\_\_\_\_. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI. 2014.

Umam Khotibul S.H.,LL.M. *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*. (Yogyakarta: BPFE. 2009).

Usmara. *Implementasi Manajemen Strategik: Kebijakan dan Proses*. Yogyakarta: Amara Books. 2003.

Z Yamit. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia. 2011.

#### B. Jurnal, Skripsi, Tesis

Budi Jayanti Avika Stayana. *Strategi Pemasaran Deposito Berhadiah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palangka Raya. 2019).

Gustiwarni. *Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Desa Sako Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. 2014).

Harefa Eltin. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPRS Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar. 2021).

- Lestari Suci. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Metode Fuzzy-Carter ( Study pada BPRS Bandar Lampung).*(Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2020).
- Manullang.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan.*(Tesis. Universitas Sumatera Utara. 2008).
- Pratama Kevin Aditya. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponogoro.*(Skripsi.Fakultas Ekonom Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2018). Prasetio Ari. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.*(Jurnal Management Analysis/Volome 1/ Nomor 2/tahun 2012).
- Rahman Arif. *Analisis Tingkat Likuiditas Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Amanah Kota Palangka Raya.*(Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palangka Raya. 2020).
- Rahmani Hani Fitria. *Pengaruh Prosedur Pelayanan dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan.*(Jurnal.Universitas NasionalPasim. 2019).
- Safariyani Risa. *Manajemen Risiko Pembiayaan Al-Istishna pada BPRS Amanah Ummah Leuwiliang-Bogor.*( Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011).
- Safitri Enneng Nisa Alviani. *Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Study Kasus BPRS Metro Madani Metro).*(Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro. 2018).
- Sari Ratna Tri & Salma, Fitri Solahika. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalias di Surabaya.*JESTT.Vol. 2 No.4. 2015.
- Sari Rizka Komala.*Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah.*(Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018).

Setiawan Heri, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Or Management. 2016.

Wardani Nanda Ayu. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. 2020).

### C. Internet

<https://www.bps.go.id/statictable/2020/01/21/2082/bank-dan-kantor-bank-2014-2021.html> diakses pada tanggal 27 Maret 2022 pukul 10.47 WIB.

<https://rangkulteman.id/berita/bank-umum-pengertian-fungsi-dan-kegiatan-usahanya> diakses pada tanggal 28 Maret 2022 pukul 11:48 WIB.

<http://digilib.iainpalangkaraya.ac.id/71/5/BAB%20IV%20%28UK%29.pdf> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 11: 39 WIB.

<https://www.gramedia.com/literasi/lembaga-perbankan/> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 00: 43 WIB.

<https://www.hashmicro.com/id/blog/sales-dalam-perusahaan/> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 01:45 WIB.

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/pengertian-bank> diakses pada tanggal 07 April 2022 pukul 00:44 WIB.

<https://www.gramedia.com/literasi/kebutuhan-manusia/am/> diakses pada tanggal 23 November 2021 pukul 21:59 WIB.

<https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalampenelitian.html?amp> diakses pada tanggal 08 Agustus 2022 pukul 16:02 WIB.

<http://bprspky.blogspot.com/p/tentang-kami.html?m=1> diakses pada tanggal 13 September 2022 pukul 11:45 WIB.