

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri“ ini ditulis oleh Yeni Yulia Ningsih, NIM. 17401163299, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang dengan pembimbing Ibu Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi dengan kualitas produk Bank Muamalat KCU Kediri tidak bisa di jangkau semua lapisan sehingga nasabah hanya bisa memilih salah satu dari beberapa produk yang ada, nilai Islam dalam BMI kurang maksimal diterapkan, hal itu dilihat keperluan nasabah tidak menjadi perhatian dalam pembiayaan, sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah sesungguhnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri ? (2) apakah penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri ? (3) apakah kualitas produk dan penerapan nilai Islam secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri ?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Accidental sampling* (mengambil secara kebetulan). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, uji instrumen data dengan Uji Validitas dan Reliabilitas, uji asumsi klasik dan Regresi Linier Berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri (2) Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. (3) Kualitas produk, dan Nilai Islam, secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Penerapan Nilai Islam, Kepuasan Nasabah

## **Abstract**

The thesis titled "Effect of Product Quality and Application of Islamic Values on Customer Satisfaction at PT. Bank Muamalat KCU Kediri" was written by Yeni Yulia Ningsih, NIM. 17401163299, Faculty of Economics and Business of Islam, Sharia Banking Department, Tulungagung State Islamic Institute with the guidance of Mrs. Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

The research in this thesis is based on the quality of products Bank Muamalat KCU Kediri can not reach all layers so that customers can only choose one of several products that exist, Sharia value in BMI is less maximally applied, it appears that the customer's needs are not a concern in financing, so it is not in accordance with the needs of real customers.

The formulation of the problem in this study is (1) does the quality of the product affect customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri? (2) does the application of Sharia values affect customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri? (3) does the quality of products and the application of Sharia values together affect customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri?

This study uses a quantitative approach to this type of associative research. Sampling uses accidental sampling techniques. The data source used in this study is the main data. The measurements in this study used a likert scale. Next stage, test the data instrument with validity and reliability test, classic assumption test and Multiple Linear Regression which serves to prove the research hypothesis.

The results showed (1) The quality of the product had a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri (2) Islam value had a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri. (3) The quality of the products, and the value of Islam, together have a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCU Kediri.

**Keywords:** Product Quality, Application of Islamic Values, Customer Satisfaction