

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah yang ada di Indonesia lahir mulai tahun 1992. Bank syariah yang pertama di Indonesia ialah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 sampai 1999 perkembangannya masih belum sempurna. Sejak tahun 1997 dan 1998 pada saat adanya krisis moneter para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para banker berfikir bahwa Bank Muamalat Indonesia ialah satu-satunya bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999 telah berdiri Bank Syariah Mandiri yang termasuk konversi dari Bank Susila Bakti yaitu bank konvensional yang telah dibeli oleh Bank Dagang Negara yang selanjutnya dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri yang merupakan bank syariah kedua di Indonesia.<sup>1</sup>

Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, dan cara/proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Ismail, MBA, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). hal. 31

<sup>2</sup>*Ibid*, hal.32-33

Pada tanggal 16 Juli 2008 berlakunya UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah. Perbankan syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya diwajibkan berasaskan dan mengimplementasikan prinsip syariah, tetapi juga berasaskan kepada demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Dengan berasaskan kepada asas demokrasi ekonomi, maka kegiatan usaha perbankan syariah harus mengandung nilai-nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan dan kemanfaatan. Nilai-nilai harus diterapkan dalam pengaturan perbankan yang didasarkan pada prinsip syariah yang disebut perbankan syariah. Demikian pula dalam melaksanakan kegiatan usahanya, perbankan syariah harus berpedoman kepada pengolahan perbankan yang sehat, kuat, dan tangguh. Berbeda pada tujuan bank pada umumnya yang menekankan pada peningkatan pemerataan, pertumbuhan, ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, maka tujuan perbankan syariah diarahkan dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.<sup>3</sup>

Tanggal 16 Juli 2008 berlakunya UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah. Perbankan syariah dalam menjalankan semua kegiatan usahanya harus berasaskan pada demokrasi ekonomi dan prinsip ke hati-hatian. Dengan ini maka kegiatan operasionalnya harus mengandung nilai kemanfaatan, pemerataan, keadilan

---

<sup>3</sup>Ongky Setio Kuncoro, "*Hukum Perbankan*...Diakses pada tanggal 13 februari 2020

dan kebersamaan. Nilai-nilai harus diterapkan dalam pengaturan perbankan yang didasarkan pada prinsip syariah yang disebut perbankan syariah.<sup>4</sup>

Hal ini merupakan salah satu upaya pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai Islam (syariah) dengan mengangkat prinsip – prinsipnya keadaan sistem ekonomi hukum nasional. Demikian pula dalam melaksanakan kegiatan usahanya perbankan syariah harus berpedoman kepada pengelola perbankan yang sehat, kuat, tangguh dan kompetitif. Berbeda pada tujuan bank pada umumnya yang menekankan pada peningkatan pemerataan, pertumbuhan, ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, maka tujuan perbankan syariah diarahkan dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.<sup>5</sup>

Lembaga keuangan syariah menjadi pilihan pelaku bisnis perbankan dalam hal ini salah satunya perbankan syariah yang merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit atau jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Nilai-nilai Islam yang berasal dari prinsip-prinsip syariah tentunya tidak hanya menjadi simbol saja, akan tetapi harus teraplikasi secara nyata dalam setiap aktivitas baik itu pada level karyawan terendah sampai pada level tingkat manajerial

---

<sup>4</sup>Ongky Setio Kuncoro, “*Hukum Perbankan (Bagian IV) Bank Syariah*,” <http://spocjournal.com/hukum/418-universitas-kartini-surabaya-hukum-perbankan-bagian-iv-bank-syariah.html>, diakses pada tanggal: 13 Mei 2020

<sup>5</sup>*Ibid.* hal 13

puncak bahkan sampai pada nasabah bank syariah itu sendiri. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi.

Dengan adanya pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian / akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja kedepannya akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

Konsep kepuasan pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan dan perilaku pembelian ulang. Berbicara tentang loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya. Nasabah yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah, tentunya akan membeli ulang produk tersebut. Pembelian ulang yang terus menerus dari produk yang sama menunjukkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut. Loyalitas nasabah terhadap produk ini sangat diharapkan bank syariah untuk meningkatkan volume

dana pihak ketiga disamping adanya penambahan nasabah baru yang potensial.<sup>6</sup>

Jika dilihat dari sisi produknya mulai dari jenis, akad, deposito dan giro, perbankan syariah di Indonesia memiliki banyak persamaan. Akan tetapi yang membedakannya adalah bagaimana suatu bank syariah tersebut bisa memberikan keunggulan-keunggulan tersendiri bagi produk-produk yang mereka miliki, disamping itu bank syariah juga harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Tantangan yang dihadapi tentunya tidak ringan bagi perbankan syariah di Indonesia, sebelum berusaha untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya, bank syariah terlebih dahulu harus bekerja untuk memahami dan memberikan informasi yang sangat jelas akan produk-produk yang mereka tawarkan serta berusaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Produk jasa merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar agar mendapatkan perhatian untuk dibeli atau dikonsumsi sesuai kebutuhan dan keinginannya. Agar produk jasa yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaannya harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang mempunyai kualitas tinggi yaitu memiliki nilai yang baik dibandingkan produk pesaing atau produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru.

---

<sup>6</sup>Skripsi Muhammad Syairozi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di LKMS Semarang*, diakses pada tanggal 19 Juli 2020 pukul 19.00 WIB

Kualitas produk menjadi penentu dalam mempergerakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut konsumen. Konsep kualitas produk telah menjadi salah satu faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi profit atau non profit, karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka mereka akan puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan suatu perusahaan.

**Tabel 1.1**  
**Pangsa Produk Pembiayaan di PT. Bank Muamalat**  
**Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri.**  
**Tahun 2017 – 2019**

Jenis Akad	Tahun		
	2017	2018	2019
Murabahah	47,61 %	56,68 %	67,78 %
Istishna	0,05 %	0,09 %	0,08 %
Al Qard	1,02 %	2,05 %	4,02 %
Ijarah	0,46 %	0,89 %	0,56 %
Mudharabah	5,41 %	8,41 %	5,54 %
Musyarakah	45,44%	50,44%	45,67%

*Sumber : Data Pangsa Produk Bank Muamalat Kediri, 2019*

Dari tabel di atas bahwa setiap akad jumlah yang menggunakannya berbeda-beda. Di mulai pada tahun 2017 sampai tahun 2019 akad

murabahah merupakan akad yang banyak digunakan oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia mencapai 47,61% pada tahun 2017, pada tahun 2018 mencapai 56,68% dan pada tahun 2019 mencapai 67,78% hal ini berarti Murabahah merupakan produk yang paling diminati nasabah Bank Muamalat.

Kepuasan nasabah dapat dilihat melalui tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat seperti hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi lebih harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, serta membentuk rekomendasi dari mulut yang menguntungkan di perusahaan.<sup>7</sup>

Hal serupa bahwa kepuasan pelanggan menjadi satu tuntutan pada perusahaan jasa. Pelanggan yang puas menjadi *marketing force* bagi Perusahaan, maksudnya kepuasan pelanggan dapat memberikan dampak positif kepada kepuasan melalui *word of mouth*. Dampak dari kepuasan konsumen kepada loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Konsumen yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya konsumen yang puascenderung menjadi konsumen yang loyal.<sup>8</sup> Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal yang pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana

---

<sup>7</sup>Bagus Dwi Setyawan, 2013. “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervennin*”, diakses pada tanggal 20 April 2020

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andy, 1997), hal.40

kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.<sup>9</sup>

Dalam praktek perbankan syariah nilai Islam harus dijalankan karena pada setiap melakukan transaksi harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil, oleh karena itu harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediriagar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Kediri yaitu pertama, pelanggan yang puas cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Kedua, jika pelanggan merasa puas maa pelanggan akan melakukan transaksi ulang. Ketiga, kepuasan tinggi yang diperoleh oleh pelanggan akan menjadikan kurang tertarik dengan tawaran pesaing, dengan demikian kepuasan pelanggan mempunyai hubungan langsung dengan kesetiaan pelanggan. Keempat, kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa/produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk mempertahankan nasabahnya, PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kedirimenerapkan pelayanan yang baik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya, PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI),

---

<sup>9</sup> M. Syafi'I Antonio, "*Bank Islam: Teori dan Praktik*", (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), hal. 16

Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri memiliki standart yang dalam mengukur pelayanan yang baik. Selain menerapkan nilai Islam yang terbaik, Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri tetap berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Berdasarkan ingin diatas, peneliti meneliti tentang keunggulan produk dan penerapan nilai Islam yang dimiliki Bank Jatim Syariah Kediri. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dapat dijelaskan identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Kualitas produk di BMI Kediri ada yang tidak bisa dijangkau semua lapisan, sehingga nasabah terpaksa hanya memilih beberapa produk yang diharapkan, sehingga nasabah hanya bisa memilih salah satu dari beberapa produk yang ada.

---

<sup>10</sup> Septiana Dwi Exmawati, 2014, *“Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Tulungagung”*, diakses pada tanggal 11 September 2019

- b. Nilai Islam dalam BMI kurang maksimal diterapkan, hal itu dilihat keperluan nasabah tidak menjadi perhatian dalam pembiayaan, sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah sesungguhnya.
- c. Penelitian ini mengkaji atau lebih memfokuskan tentang kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Tulungagung

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, maka perlu di tetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diPT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri?
2. Apakah penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri?
3. Apakah Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Secara Bersama-sama Mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang hendak dan ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri.
2. Untuk menguji penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri.
3. Untuk mengujipengaruh secara bersama-sama antara kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri.

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

Penelitian yang baik adalah penelitian yang memiliki manfaat pengembangan suatu bidang keilmuan baik secara praktis maupun teoritis. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

##### 1) Manfaat Secara Teoritis

Memberikan gambaran pada pengembangan teori terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri. serta manfaat untuk nasabah yaitu menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang di bahas tersebut.

##### 2) Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri.

Hasil penelitian ini sangat diharapkan sebagai masukan dalam perkembangan bank yang berlandaskan syariah, agar dalam perjalanannya mampu tetap eksis dan dapat dijadikan sebagai catatan untuk mempertahankan serta meningkatkan kinerjanya. Sekaligus memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan yang berguna bagi PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri dalam meningkatkan pelayanannya kepada nasabah.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan serta menambah wawasan kepada masyarakat mengenai kemudahan yang ditawarkan oleh bank keuangan syariah mulai dari prinsip lembaga, sistem pembiayaan, produk dan kegiatan yang ada di dalamnya.

c. Bagi akademik

Hasil penelitian ini di harapkan dapat dipergunakan untuk menambah kepustakaan IAIN Tulungagung serta bisa dijadikan untuk referensi bagi mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah.

d. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat dijadikan bahan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang lembaga keuangan syariah. Terutama yang berminat untuk mengkaji tentang Kualitas produk,

dan Penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang Lingkup Penelitian ini, yaitu keterkaitan antara variabel X terhadap Y, dimana terdiri dari tiga variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk (X1), penerapan nilai Islam (X2) serta variabel terikat (dependen) kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri(Y).

Untuk keterbatasan penelitian yaitu hanya memfokuskan penelitian yang melihat dari sikap dan perilaku masyarakat atau nasabah sebagai pengguna produk pembiayaan dalam bank keuangan syariah yang lebih mengacu pada ketiga variabel yaitu kualitas produk, penerapan nilai Islam serta kepuasan nasabah objek yang menjadi penelitian adalah di PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri. Selanjutnya responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri

#### **G. Penegasan Istilah**

Definisi operasional adalah suatu definisi variabel secara operasional, praktik, riil, nyata terhadap lingkup obyek penelitian obyek yang diteliti. Variabel penelitian ada dua macam, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Definisi operasional dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Secara Konseptual

- a) Pengaruh yaitu daya yang ada dan muncul dari sesuatu (orang, benda) dengan membentuk watak, kepercayaan, dan perbuatan seseorang.<sup>11</sup>
- b) Kualitas produk yaitu termasuk kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.<sup>12</sup>
- c) Penerapan yaitu suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan agar suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.<sup>13</sup>
- d) Nilai yaitu suatu perangkat keyakinan atau perasaan yang diyakini sebagai suatu identitas yang memberikan corak khusus kepada pola pikiran, perasaan, dan perilaku. Nilai merupakan suatu konsep yang mengandung tata aturan yang dinyatakan yang dinyatakan benar oleh masyarakat.<sup>14</sup>
- e) Islam yaitu agama Allah yang diwahyukan kepada Rasul-Rasul-Nya untuk diajarkan kepada manusia.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 176

<sup>12</sup>Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Bayumedia Publishing 2011) .hal 237

<sup>13</sup>Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, diakses tanggal 28 Desember 2019.

<sup>14</sup> Abu Ahmadi, *Dasar-dasar Pendidikan Islam*, cet. Ke-5 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 202

<sup>15</sup>KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, dalam <https://kbbi.web.id/mudah>, di akses pada Kamis, 23 Juli 2020

- f) Kepuasan yaitu tingkat perasaan seseorang atau tingkat kesenangan seseorang untuk menyatakan hasil yang telah diharapkan tercapai.<sup>16</sup>
- g) Nasabah yaitu orang yang berhubungan dengan dan menjadi langganan bank (dalam hal keuangan).<sup>17</sup> Nasabah yang dijelaskan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang berhubungan langsung dengan Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri

## 2. Secara Operasional

Definisi operasional ialah melekatkan pada suatu variabel dengan menetapkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Pengaruh Kualitas Produk dan penerapan nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri ialah bagaimana caranya mengukur baik buruk kualitas produk dengan menerapkan nilai Islam yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri terhadap nasabahnya agar sesuai dengan Sistem Operasional Perbankan yang berlaku dan berdampak terhadap kepuasan nasabahnya.

---

<sup>16</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ( Jakarta : Salemba Empat 2008 ) hal 192

<sup>17</sup> Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 996

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini disajikan dalam 5 (lima bab), dan di setiap babnya terdapat sub-sub sebagai perinciannya. Maka sistematika pembahasannya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori, bagian ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori kualitas produk, nilai Islam, kepuasan nasabah, kerangka konseptual dan penelitian terdahuludan hipotesis penelitian.

Bab III Metode penelitian, bagian ini memuat tentang rancangan penelitian, variabel penelitian populasi, sampel dan sampling, kisi-kisi instrumen, instrumen penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan serta teknis analisis data.

Bab IV Hasil penelitian, bagian ini menjelaskan tentang data kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BMI KCU Kediri, data tentang nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BMI KCU Kediri serta kualitas produk dan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BMI KCU Kediri.

Bab V Pembahasan, dalam pembahasan dijelaskantentang analisis terkait kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BMI KCU Kediri, data

tentang nilai islam terhadap kepuasan nasabah di BMI Kediri serta kualitas produk dan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BMI Kediri

Bab VI Penutup, pada bab bagian akhir akan memuat tentang kesimpulan, saran-saran dari penelitian yang diajukan kepada pihak yang berkepentingan dan lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi nantinya.