BAB II

LANDASAN TEORI

A. KEPUASAN

3

1. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. 13 Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang di percayai nya.

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu¹⁴:

- Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau di dapatkan oleh nasabah
- Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan masalahmasalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuantujuan tersebut.

¹³ M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta.2010), hal 189

¹⁴Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*. (Jakarta: Alex Media Komputindo),hal

2. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah memciptakan kepuasan nasbaah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian karapan tersebut¹⁵.

Philip Kotler mengatakan bahwa¹⁶ Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

Definisi kepuasan menurut Engel bahwa¹⁷:

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurang nya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabah

Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. (New Jersey:Prentice Hall.2000), hal 36
 James F. Engel, et.al. *Perilaku Konsumen*, ahli bahasa FX

Budiyanto.(Jakarta:Binarupa Aksara.1992), hal 11

33

 $^{^{15}}$ M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta.2010), hal 192

diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui¹⁸:

- 1. Dimensi Produk (meliputi care product, basic product, expected product augmented product dan potential product.
- 2. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).
- 3. Layanan purna jual dan keluhan (meliputi: *customer service*, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah di beli atau digunakan oleh nasabah, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif atau petugas *call center* yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayanan perbankan)

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang di miliki seseorang ketika dirinya telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

¹⁸ Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. (New Jersey:Prentice Hall. 2000),hlm.195

Menurut Hoffman dan Beteson kepuasan atau tidak kepuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya. ¹⁹

Sedangkan menurut Richard F. Gerson mengatakan yang dimaksud kepuasan pelanggan adalah harapan nya telah terpenuhi. 20 Jadi dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya

3. Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi kepuasan nasabah yang ingin dicapai oleh perusahaah diantaranya²¹:

- a. Strategi pemasaran berkesinambungan (Relationship marketing strategy) yaitu, menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambuangan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal terhadap bank.
- b. Strategi pelayanan prima yaitu, menawarkan pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang

¹⁹ Mts.Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*,(Jakarta: Bayu Media Publishing,2007), hlm 167 ²⁰ Ibid hlm 167

²¹M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung:Alfabeta.2010),hal 205

besar (positif) kepada nasabah. Begitu juga sebaliknya, jika baiya yang dikeluarkan kecil maka dampak yang yang dapat dirasakan oleh nasabah juga kecil (negatif)

B. MUTU PELAYANAN

Mutu adalah sesuatu yang unggul dan bernilai tinggi, (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan) kualitas.²²

Sedangkan menurut Goest dan Davis kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan²³.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan dan keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian pelayanan yang relatif istimewa terhadap harapan pelanggan. Jika perusahaan tidak melakukan hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, berarti perusahaan tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan

1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml,dan Berry terhadap lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

a. Reabilitas (*reability*), berkaian dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa

²²Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Apollo,

^{2002),311 &}lt;sup>23</sup>Mts.Arief.*Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*,(Jakata: Bayu Media Publishing,2007) hlm 117

membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- b. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat
- c. Jaminan (assurance), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan nya.
- d. Empati (*empathy*) berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan pehatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (tangible), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Dari lima dimensi diatas dapat diuraikan unsur-unsur dimensi pelayanan jasa perbankan yang meliputi²⁴:

1. Dimensi *reliability*, diantaranya meliputi :

37

²⁴Mts, Arief, *Pemasaran dan Kualitas Layanan*, (Jakarta: Bayu Media Publishing, 2007) hlm 120

a. Pelayanan pembukuan rekening yang cepat dan tepat, b. Kecepatan pelayanan penyetoran dana nasabah, c. Luas jaringan pelayanan penarikan dan penyetoran disemua cabang bank, d. Waktu pelayanan yang memadai.

2. Dimensi responsiveness, diantaranya meliputi :

a. Kemampuan *marketing officer* dalam menangani keluhan nasabah, b. Kemampuan customer service dalam menangani keluhan nasabah, c. Tindakan pegawai bank yang cepat tanggap ketika nasabah sedang menghadapi masalah

3. Dimensi assurance, diantaranya meliputi :

a. Keterampilan *marketing officer* dalam melayani kebutuhan nasabah, b. Keterampilan customer service dalam melayani kebutuhan nasabah, c. Ketrampilan teller dan pegawai lainnya dalam melayani nasabah, d. Pelayanan yang sopan dan ramah dari bagian teller kepada nasabah, e. Adanya jaminan keamanan dari bank atas dana nasabah

4. Dimensi *empathy* diantaranya meliputi:

a. Memberikan perhatian terhadap segala keluhan nasabah, b.
 Memberikan perhatian terhadap segala kebutuhan nasabah, c.
 Pemberian pelayanan yang baik kepada semua nasabah

5. Dimensi tangible, diantaranya meliputi :

 a. Adanya sarana halaman parkir yang luas dan aman, b.
 Menjaga tingkat kebersihan interior dan eksterior lingkungan bank, c. Adanya kelengkapan sarana dan prasarana.²⁵

2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima secara harfiah merupakan pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Dikatakan sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan atau nasabah²⁶.

3. Meningkatkan layanan dan kepuasan dapat meningkatkan pendapatan

Tingkat kepuasan pelanggan akan berdampak pada pendapatan lembaga dimana masyarakat memiliki pilihan kemana mereka hendak mendapatkan produk, program, dan layanan (misal: pusat layanan masyarakat yang menyewakan fasilitasnya untuk rapat dan lokakaarya bersaing dengan hotel dan pusat konferensi)²⁷.

C. PEMBIAYAAN MUDHARABAH

Secara teknis mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara pemilik dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha, laba

²⁵Mts,Arief, *Pemasaran dan Kualitas Layanan*,(Jakarta: Bayu Media Publishing,2007) hlm 121

²⁶M.Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.

⁽Bandung:Alfabeta.2010), hal.205

²⁷Philip Kotler dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektpr Publik*, (PT INDEKS, 2007)hlm 195

dibagi atas dasar nisbah bagi hasil menurut kesepakatan kedua belah pihak, sedangkan bila terjadi kerugian akan ditanggung oleh si pemilik dana kecuali disebabkan oleh *misconduct, negligence, dan violation* oleh pengelola dana. Akad mudharabah merupakan suatu transaksi pendanaan atau investasi yang berdasarkan kepercayaan, yaitu kepercayaan dari pemilik dana kepada kepada pengelola dana. ²⁸

a. Dasar Hukum Mudharabah

1. Al-Quran

QS. al-Nisa' [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan

(mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali

dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di

QS. al-Ma'idah [5]: 1:

antaramu...".

"Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu...."

QS. al-Baqarah [2]: 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضاً فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اوْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّه

²⁸Kautsar Riza Salman, *Akutansi Perbankan Syariah berbasis PSAK Syariah*, (Padang: Akademia Permata, 2012), hal. 217

"...Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...".

b. Jenis-Jenis Mudharabah

1. Mudharabah Muqayyadah

(Restricted Investment Account), yaitu bentuk kerja sama antara dengan syarat-syarat dan batasan tertentu. Dimana shahibul mal membatasi jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Dalam istilah ekonomi Islam modern, jenis mudharabah ini disebut Restricted Investment Account. Batasan-batasan tersebut dimaksudkan untuk menyelamatkan modalnya dari resiko kerugian. Syarat-syarat itu harus dipenuhi oleh si mudharib. Apabila mudharibmelanggar batasan-batasan ini, maka ia harus bertanggung jawab atas kerugian yang timbul.

2. Mudharabah Muthlaqah

(Unrestricted Investment account), yaitu bentuk kerja sama antara shahibul mal dan mudharib tanpa syarat atau tanpa dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam bahasa Inggris, para ahli ekonomi Islam sering menyebut mudharabah muthlaqah sebagai Unrestricted Investment Account (URIA). Maka apabila terjadi kerugian dalam bisnis tersebut,

mudharib tidak menanggung resiko atas kerugian. Kerugian sepenuhnya ditanggulangi shahibul mal.²⁹

D. PEMBIAYAAN MUSYARAKAH

Musyarakah merupakan istilah yang sering dipakai dalam konteks skim pembiayaan syariah³⁰. Musyarakah dapat juga diistilahkan dengan alsyirkah. Definisi al-syirkah secara bahasa berarti al-ikhtilah (pencampuran) atau persekutuan dua orang atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit di bedakan atau tidak dapat di pisahkan (Afzalur Rahman). Istilah lain dari musyarakah adalah sharikah atau syirkah atau kemitraan. Syirkah berarti sharing 'berbagi' dan di dalam terminologi Fikih Islam dibagi dalam dua jenis.

- a. Syirkah al-milk atau syirkah amlak atau syirkah kepemilikan,yaitu kepimilikan bersama dua pihak atau lebih dari suatu properti.
- b. Syirkah al-aqd atau syirkah 'ukud atau syirkah akad, yang berarti kemitraan yang terjadi karena adanya kontrak bersama, atau usaha komersial bersama. Syirkah al-'aqdn sendiri ada empat (Mazhab Hambali memasukan syirkah mudharabah sebagai syirkah al-aqd yang kelima), satu yang di sepakati dan tiga yang di perselisihkan, yaitu:

²⁹Fatwa DSN-MUI, *Penjaminan pengembalian Modal Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, dan Wakaalah bil Istitsmar*, 2016, diakses pada tanggal 16 Agustus 2017, 15.23 melalui (http://www.dsnmui.or.id)

³⁰Askarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2015) hlm 49

- 1. Syirkah al-amwal atau syirkah al-'inan,yaitu usaha komersial bersama ketika semua mitra usaha ikut andil menyertakan modal dan kerja, yang tidak harus sama porsinya ke dalam perusahaan.
- 2. Syirkah al-mufawadhah, yaitu usaha komersial bersama dengan syarat adanya kesamaan pada penyertaan modal, pembagian keuntungan, pengelolaan, kerja, dan orang. Mazhab Hanafi dan Maliki membolehkan bentuk syirkah ini. Sementara itu, sukar terjadi persamaan pada semua unsurnya, dan banyak mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan.
- 3. *Syirkah al-a'mal* atau *syirkah Abdan*, yaitu usaha komersial bersama ketika semua mitra usaha ambil bagian dalam memberikan jasa kepada pelanggan.
- 4. *Syirkah al-wujuh* adalah usaha komersial bersama ketika mitra tidak mempunyai investasi sama sekali. Mereka membeli komoditas dengan pembayaran tangguh dan menjual nya tunai.³¹

Dewan Syariah Nasional MUI dan PSAK No. 106 mendefinisikan musyarakah sebagai akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan di bagi berdasarkan

³¹Ibid, hlm 50

kesepakatan sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana. Dana tersebut meliputi kas atau aset nonkas yang diperkenankan oleh syariah. Para mitra bersama-sama menyediakan dana untuk mendanai suatu usaha tertentu dalam musyarakah, baik usaha yang sudah berjalan maupunn yang baru. Selanjutnya, salah satu mitra dapat mengembalikan dana tersebut dan bagi hasil yang telah disepakati nisbahnya secara bertahap atau sekaligus kepada mitra lain. Investasi yang diserahkan oleh para mitra dapat diberikan dalam bentuk kas, setara kas, atau aset nonkas.³²

E. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari ³³ yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penarapan Mudharabah terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini adalah 100 nasabah pengguna produk tabungan dan deposito mudharabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Yoyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah quota sampling atau pengambilan sampel dengan menentukan sejumlah sampel, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Secara stimulan variabel assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness dan penerapan mudharabah memiliki

_

³²Kautsar Riza Salman, *Akutansi Perbankan Syariah berbasis PSAK Syariah*, (Padang: Akademia Permata, 2012), hal. 243

³³Putri Kartika Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Mudharabah terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Yogyakarta* (Yogyakarta : skripsi tidak diterbitkan, 2014)

pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Secara parsial variabel responsiveness dan tangibles berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Sedangkan assurance, reliability, empathy dan penerapan mudharabah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adapun perbedaan penelitian yang di lakukan oleh Putri Kartika Sari dengan penelitian saat ini terletak pada variabel (X) yaitu beliau membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan

membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan Mudhrabah saja, sedangkan pada penelitian saat ini meneliti tentang pengaruh mutu pelayanan pembiayaan mudharabah dan Musyarakah.

Penelitian yang dilakukan oleh Zania, Hubies, dan Raharja³⁴ yang bertujuan untuk mengetahui adakah Peran Produk Perbankan dan Kepuasan Nasabah bagi kinerja PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Tujuan kajian ini menjelaskan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh produk perbankan dan mutu pelayanan PT BNI KCU Jakarta yang berimplikasi terhadap kinerja perbankan Analisis data menggunakan statistik deskriptif, Customer Satisfaction Analysis (CSI), Importance Performance Analysis(IPA) dan regresi linear berganda. Berdasarkan CSI, tingkat rataan nilai kepuasaan, mutu dan pelayanan berada pada tingkat kepuasan, maka berarti pelanggan puas dengan kinerja pelayanan PT BNI KCU Jakarta. Dari IPA, mutu rataan layanan 4,041 menunjukan mutu pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible)

³⁴Intan Zania,dkk , *Peran Produk Perbankan dan Kepuasan Nasabah bagi kinerja PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk (*Jakarta: skripsi tidak di terbitkan,2014)

memuaskan, sementara nilainya 4,3605 maka atribut tersebut penting bagi pelanggan. Koefisien determinasi dari analisis regresi linear berganda (adjusted R Square)0,653 atau kepuasan pelanggan 65,3% dapat dijelaskan oleh produk perbankan dan mutu pelayanan, serta sisa nya (34,7%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Intan Zania, Musa Hubies, dan Sapta Raharja dengan penelitan saat ini terletak pada variabel (X) dan (Y) yaitu beliau membahas tentang variabel (X) peran produk perbankan dan kepuasan nasabah, sedangkan penelitian saat ini meneliti tentang mutu pelayanan pembiayaan mudharabah dan musyarakah, variabel (Y) membahas bagi kinerja bank, sedang penelitian saat ini membahas tentang kepuasan anggota

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amanullah³⁵ yang bertujuan untuk mengetahui Analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah" (studi kasus PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karangaonom). Hasil penelitian menunjukan bahwa regresi yang didapat menunjukan faktor keandalan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukan bahwa kelima variabel independent yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah.

³⁵Alifian Amanullah, *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah (studi kasus PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom)*, (Jakarta: skripsi tidak diterbitkan)

Yang membedakan dari penelitian saat ini adalah mutu pelayanan pembiayaan mudharabah dan musyarakah (X), sedangkan persamaan antara kedua nya yaitu sama sama menguji kepuasan nasabah.

Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh khadijah³⁶ yang bertujuan untuk mengetahui apakah produk musyarakah itu berpengaruh terhadap kepuasan pedagang di BMT, Metode pemilihan sampel adalah dengan purposive sampling yang diperoleh dari responden anggota BMT itu sendiri, dimana musyarakah sudah sebagai kebutuhan masyarakat untuk permodalan. Hasil pengujian menunjukan bahwa secara simultan pembiayaan musyarakah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang BMT Beringharjo sebesar 0,028. Hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini menunjukan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dengan reability, responsiveness, emphaty dan tangible sebagai variabel utama.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini terletak pada variabel X, penelitian saat ini meneliti tentang pengaruh pembiayaan mudharabah dan musyarakah, sedangkan persamaan nya terletak pada variabel Y sama sama meneliti tentang kepuasan nasabah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sofa³⁷ bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pembiayaan mudharabah dan

³⁶Ananda Putri Khadijah, *Pengaruh produk Musyarakah terhadap tingkat kepuasan pedagang studi kasus BMT BERINGHARJO CABANG MALOBORO*,(Yogyakarta: skripsi tidak di terbitkan)

³⁷Devis Elina Sofa, *Pengaruh pembiayaan Mudharabah dan musyarakah terhadap profitabilitas Bank umum syariah di Indonesia*,(Malang: skripsi tidak diterbitkan)

musyarakah terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis statistik regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel bebas (mudharabah dan musyarakah) dengan variabel terikat (profitabilitas). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dari pendapatan bagi hasil musyarakat terhadap tingkat profitabilitas di perbankan umum syariah.secara simultan juga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari pendapatan bagi hasil mudharabah dan musyarakah terhadap tingkat profitabilitas Perbankan umum Syariah.

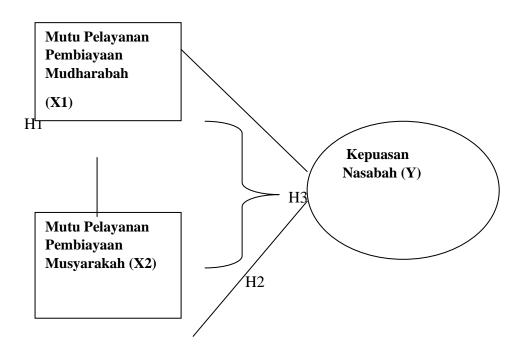
Perbedaan dari penelitian saat ini yaitu terletak pada variabel Y yaitu membahas tentang kepuasan nasabah, segangkan persamaan nya terletak pada variabel (X) sama sama meleniti tentang pelayanan pembiayaan mudharabah dan musyarakah.

F. KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka berfikir merupakan model konsep tual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah didalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang diahadapi. Maka penulis mmembuat suatu kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut:

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hlm. 60

Gambar 3.1



Keterangan:

 Pengaruh pelayanan pembiayaan Mudharabah (X1) terhadap kepuasan anggota (Y) didasarkan oleh teori yang di kemukakan Mts. Arif³⁹,

 $^{^{39}\}mathrm{Mts.}$ Arif,
Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan,(Jakarta: Bayu Media Publishing,
2007) hlm 167

- Emilia⁴⁰, Kautsar⁴¹ , M. Nur Rianto⁴², Philip Kotler⁴³ serta dalam kajian penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Putri Kartika Sari⁴⁴
- 2. Pengaruh pelayanan pembiayaan musyarakah (X2) terhadap kepuasan anggota (Y) didasarkan oleh teori yang di kemukakan Mts. Arif⁴⁵ Askarya⁴⁶, Kautsar Riza Salman⁴⁷, serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ananda Putri Khadijah⁴⁸
- 3. Pengaruh pembiayaan mudharabah (X1) dan musyarakah (X2) terhadap kepuasan anggota(Y) di dasarkan oleh teori yang dikemukakan Mts.Arif⁴⁹, Emilia⁵⁰, Khautsar⁵¹, Philip Kotler⁵², Askarya⁵³ serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devis Elina Sofa⁵⁴

⁴⁰Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia*, (surabaya: Apollo,2002), hlm 311

⁴¹Kautsar Riza Salman, *Akutansi Perbankan Syariah berbasis PSAK Syariah*, (Padang: Akademia Permata, 2012), hlm 217

⁴²M.Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.

⁽Bandung:Alfabeta.2010), hal.205

⁴³Philip Kotler dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektpr Publik*, (PT INDEKS, 2007)hlm 195

⁴⁴Putri Kartika Sari, *Pengaruh Kualiatas Pelayanan dan Penerapan Mudharabah* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Yogyakarta (YogyakartaL:skripsi tidak diterbitkan, 2014)

⁴⁵Mts.Arif, Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan,,,hlm 167

⁴⁶Askarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA,2015) hlm 49

⁴⁷Kautsar Riza Salman, *Akutansi Perbankan Syariah berbasis PSAK Syariah*, (Padang: Akademia Permata, 2012), hal. 243

⁴⁸Ananda Putri Khadijah, *Pengaruh produk Musyarakah terhadap tingkat kepuasan* pedagang studi kasus BMT BERINGHARJO CABANG MALOBORO, (Yogyakarta: skripsi tidak di terbitkan)

⁴⁹Mts.Arif, Pemasaran Jasa dan kualitas Layanan,,,hlm 167

⁵⁰Emilia Setyoningtyas, Kamus Trendy Bahasa Indonesia,,, hlm 311

⁵¹Kautsar Riza Salman, Akutansi Perbankan Syariah berbasis PSAK Syariah,,,, hlm 217

⁵²Philip Kotler dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektpr Publik*,,,,hlm 195

⁵³Askarya, Akad dan Produk Bank Syariah,,,hlm 49

G. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah peneliti. Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang sudah diuraikan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian yaitu :

- H1 = Mutu pelayanan pembiayaan mudharabah (X1) signifikan terhadap kepuasan anggota (Y)
- H2 = Mutu pelayanan pembiayaan musyarakah (X2) signifikan terhadap kepuasan anggota (Y)
- H3 = Mutu pelayanan pembiayaan mudharabah (X1) dan Musyarakan(X3) signifikan terhadap kepuasan anggota (Y)

⁵⁴Devis Elina Sofa, *Pengaruh pembiayaan Mudharabah dan musyarakah terhadap profitabilitas Bank umum syariah di Indonesia*,(Malang: skripsi tidak diterbitkan)