

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada nasabah BRI Syariah KCP Ploso Jombang, peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang disebarkan kepada karyawan, pengolahan data tersebut dibantu dengan alat SPSS 16. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi berganda, menunjukkan variabel Teistis/Rabbaniyah, Etis/Akhlaqiyah, Realistis/Al-Waq'iyah, Humanistis/Al-Insaniyah berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Ploso Jombang. Disamping itu hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa Teistis/Rabbaniyah, Etis/Akhlaqiyah, Humanistis/Al-Insaniyah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Ploso Jombang. Maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

#### **A. Pengaruh Teistis (*Rabbaniyah*) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teitis berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,353 nilai ( $X_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel Teistis/Rabbaniyah di BRI Syariah

KCP Ploso Jombang dengan Kepuasan Nasabah dengan diperoleh signifikansi  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Teistis/Rabbaniyah yang terdiri dari beberapa indikator yaitu mematuhi hukum syariah, peduli pada nilai-nilai utama islam, menjauhi larangan agama, dan sadar akan nilai-nilai religi menyatakan adanya pengaruh signifikan dengan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  menerima. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik marketing syariah dalam variabel Tesitis/Rabbaniyah berperan penting dalam melaksanakan pekerjaan agar kepuasan nasabah dapat tercapai.

Terkait dengan hal tersebut, sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Ahmad Habibi<sup>1</sup> berdasarkan Uji  $t$  menyatakan bahwa variabel Teistis (Rabbaniyah) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPD Syariah Cabang Jogjakarta. Artinya semakin tinggi pengaruh variabel Teistis(Rabbaniyah) yang dirasakan nasabah, maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah tersebut. Hal ini dapat disebabkan karena BPD Syariah mampu meyakinkan para nasabah melalui kesesuaian kinerja yang baik berdasarkan produk yang ditawarkan.

---

<sup>1</sup> Ahmad Habibi , Skripsi “*Analisis Pengaruh Karakteristik Syariah marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Syariah Cabang Yogyakarta*”, (Yogyakarta : UIN U Sunan Kalijaga, 2014 )

Teitis sebagai suatu sifat manusia yang berlandaskan pada ketuhanan yang direalisasikan dengan mematuhi hukum-hukum syariah yang telah ditetapkan adalah cukup baik, dengan artian lain bahwa adanya BRI Syariah KCP Ploso Jombang dalam memasarkan produknya yang berdasarkan atas azaz tidak ada unsur penipuan sudah dapat dirasakan oleh para nasabahnya karena nasabah sebagai pelanggan jasa dari sudah merasa akrab terhadap jasa syariah yang ada, dan adanya BRI Syariah KCP Ploso Jombang yang dalam memasarkan produknya juga berlandaskan pada sikap tidak ingkar janji telah dirasakan oleh para nasabah karena nasabah mendapatkan pelayanan atau informasi yang jelas.

#### **B. Pengaruh Etis (*Akhaqiyah*) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etis berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi ( $X_2$ ) sebesar 0,282 nilai ( $X_2$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel Etis/Akhaqiyah di BRI Syariah KCP Ploso Jombang dengan Kepuasan Nasabah dengan diperoleh signifikansi 0,016 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Etis/Akhaqiyah yang terdiri dari beberapa indikator yaitu mengutamakan etika dan moral dalam bertugas, dinamis dalam berbisnis, bersih dalam berbisnis, dan bersikap rendah hati dalam penawaran produk menyatakan

adanya pengaruh signifikan dengan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  menerima. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik marketing syariah dalam variabel Etis/Akhlaqiyah berperan penting dalam melaksanakan pekerjaan agar kepuasan nasabah dapat tercapai.

Terkait dengan hal tersebut, sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Ifra Aldia Dolarosa<sup>2</sup> yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa etis berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hal ini terlihat dari koefisien jalur negatif sebesar 0,510 dengan CR sebesar 3,695 dan diperoleh signifikansi ( $p$ )  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang mengartikan bahwa etis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hasil ini menerima hipotesis pada penelitian yang berarti ada pengaruh etis terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Etis sebagai sisi moral dan etika yang dilakukan marketer dalam setiap aspek kegiatannya dan selalu mengedepankan akhlak dan etika adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang yang dirasa selalu bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah telah memberikan kenyamanan pada

---

<sup>2</sup> Ifra Aldia Dolarosa “*Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember*”, (Jember, Universitas Islam Jember, 2014 )

nasabah yang melakukan proses transaksi atau mencari seputar informasi yang bersangkutan dengan perbankan syariah, adanya karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang yang dirasa selalu mengedepankan etika dan rendah hati didalam melayani nasabahnya telah menciptakan adanya kesesuaian dan kenyamanan pada diri nasabah di dalam melakukan proses yang berhubungan dengan perbankan syariah

### **C. Pengaruh Realistis (*Al-Waq'iyah*) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa realistis berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini dapat dilihat dari Nilai koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,183 nilai ( $b_3$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel Realistis/*Al-waq'iyah* di BRI Syariah KCP Ploso Jombang dengan Kepuasan Nasabah dengan diperoleh signifikansi  $0,082 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Artinya pada variabel Realistis/*Al-Waq'iyah* terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah namun tidak terdapat signifikansi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Habibi<sup>3</sup> yang hasil penelitian secara parsial mengatakan bahwa variabel Realistis/*Al-Waq'iyah* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BPD Syariah. Hal ini disebabkan karena sebagian nasabah

---

<sup>3</sup> Ahmad Habibi, Skripsi “*Analisis Pengaruh Karakteristik Syariah marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Syariah Cabang Yogyakarta*”, (Yogyakarta : UIN U Sunan Kalijaga, 2014 )

belum sepenuhnya puas dengan pelayanan atau keramahan yang diberikan oleh karyawan yang bertugas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Realistis/Al-Waq'iyah yang terdiri dari beberapa indikator yaitu profesional, fleksibel, istiqomah atau intensif, dan bersahaja menyatakan adanya pengaruh yang tidak signifikan dengan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,758 > 1,291$ ) dan nilai signifikansi  $0,082 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh namun pengaruh tersebut bersifat tidak signifikan pada variabel karakteristik syariah marketing yaitu Realistis/Al-Waq'iyah terhadap kepuasan nasabah.

Realistis/Al-Waq'iyah sebagai sifat yang mencerminkan unsur profesionalisme kegiatan pemasaran, dimana sifat profesional tersebut merupakan realita yang akan dinilai langsung oleh nasabah dan unsur realistis juga menggambarkan tentang kondisi pemasar yang baik, juga memperhatikan aspek estetika dalam kegiatan pemasaran adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya para karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang yang paham atau menguasai dan memahami dengan baik produk-produk yang ditawarkan telah menjadikan nasabah memahami dengan produk jasa yang ada para perbankan syariah sehingga nasabah akan merasa nyaman apabila akan melakukan atau telah menggunakan jasa perbankan syariah yang ditawarkan, dan adanya pegawai

Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor. Cabang Pembantu Ploso Jombang yang dirasa mampu berkomunikasi dengan baik terhadap nasabah telah menjadikan nasabah mengerti tentang kemudahan dan keunggulan jasa yang ditawarkan oleh pihak perbankan sehingga nasabah dapat mengevaluasi penawaran dan menarik keungan dari adanya transaksi yang jelas yang diberikan oleh pegawai bank syariah. Jika nilai realistis dianggap kurang berkenan bagi nasabah salah satu faktornya adalah kurangnya pemahaman nasabah akan produk yang telah dijelaskan dan disampaikan oleh karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang.

#### **D. Pengaruh Humanistik (*al-Insaniyah*) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa humanistik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi ( $X_4$ ) sebesar 0,353 nilai ( $X_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel Teistik/Rabbaniyah di BRI Syariah KCP Ploso Jombang dengan Kepuasan Nasabah dengan diperoleh signifikansi  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Humanistik/Al-Insaniyah yang terdiri dari beberapa indikator yaitu universal atau tidak membeda-bedakan, menjaga kemitraan dan persaudaraan, bersaing secara sehat, dan menjaga silaturahmi menyatakan adanya pengaruh

signifikan dengan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang. Hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  menerima. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik marketing syariah dalam variabel Humanistik/Al-Insaniyah berperan penting dalam melaksanakan pekerjaan agar kepuasan nasabah dapat tercapai.

Terkait dengan hal tersebut, sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Ifra Aldia Dolarosa<sup>4</sup> yang dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa humanis berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,712 dengan CR sebesar 5,219 dan diperoleh signifikansi ( $p$ )  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang mengartikan bahwa humanis berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hasil ini menerima hipotesis keempat pada penelitian yang berarti ada pengaruh humanis terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Humanis sebagai sifat pemasaran yang bersifat universal, serta memiliki tujuan agar sifat kemanusiaan pada tiap pribadi selalu terjaga dan terpelihara, serta syariah marketer tidak serakah melainkan peduli dengan keadaan sosial adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya Bank Rakyat

---

<sup>4</sup> Ahmad Habibi, Skripsi “*Analisis Pengaruh Karakteristik Syariah marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Syariah Cabang Yogyakarta*”, (Yogyakarta : UIN U Sunan Kalijaga, 2014 )



Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang yang memberikan pelayanan selalu berlaku adil dan tidak membeda-bedakan status sosial nasabah telah menjadikan nasabah merasa nyaman dan sesuai didalam memproses segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah perbankan syariah, dan adanya Bank Rakyat Indonesia Syariah yang siap memberikan pelayanan dan membantu kesulitan yang dialami oleh nasabahnya telah menciptakan adanya kemudahan bagi nasabahnya yang akan menjadikan nasabah merasa nyaman didalam berproses.

**E. Pengaruh Secara Simultan Antara Teistis (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyah*), Realistis (*Al Waq'iyah*), Humanistis (*Insaniyyah*) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang**

Dari hasil penelitian yang telah diteliti dengan berdasarkan *output* SPSS 16 diketahui  $F_{hitung}$  adalah 18,147, sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.48. Dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,147 > 2,48$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel Teistis/Rabbaniyah ( $X_1$ ), Etis/Akhlaqiyah ( $X_2$ ), Realistis/Al-Waq'iyah ( $X_3$ ), Humanitis/Al-Insaniyah ( $X_4$ ), dengan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) di BRI Syariah KCP Ploso Jombang.

Mengenai *syariah marketing* yang diterapkan menurut pihak dari Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang, semua indikator yang digunakan dalam hal penilaian untuk penerapan syariah

marketing di BRI Syariah yang meliputi teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyah*), realistik (*al-waq'iyah*), humanistik (*al-insaniyah*) telah diterapkan dengan baik, ada beberapa kelebihan yang memuaskan nasabah yaitu dari sisi responsif pelayanan para marketer dan menjadikan nasabah loyal karena salah satunya Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang ini menerapkan prinsip keislaman yang mana dalam hal melayani nasabah mempunyai batasan serta etika yang berlandaskan syariah.

Semua indikator karakteristik tersebut dimanfaatkan oleh marketer Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang dalam mengembangkan kualitas layanan di lapangan demi memperoleh kepuasan dan kemudian mendapatkan nasabah-nasabah yang loyal.

Hal ini sesuai dengan salah satu penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Habibi yang berjudul “Analisis Pengaruh Karakteristik *Syariah marketing* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Syariah Cabang Yogyakarta”, mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2014 yang menyimpulkan bahwa variabel syari'ah marketing yang terdiri dari Teistis (*rabbaniyyah*), Etis (*akhlaqiyyah*), Realistik (*al-waqi'iyah*) dan Humanistik (*insaniyyah*) berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ploso Jombang