

**Atribut Produk Syariah**  
**Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah**  
(Pada Bank Jabar Banten Syariah di Kotamadya Tangerang)

**Toto Sukarnoto<sup>1</sup> ✉**

<sup>1</sup>IAI Bunga Bangsa Cirebon

Email : [toto4sukarnoto@gmail.com](mailto:toto4sukarnoto@gmail.com)<sup>1</sup>

---

**Abstrak**

Berkembangnya perbankan syariah yang semakin modern, berasaskan Islam dan telah banyaknya berbagai macam produk, fitur dan fasilitas layanan lainnya tidak secara otomatis menjadi perbankan syariah sebagai solusi atas transaksi dan pelayanan perbankan yang diharapkan oleh seluruh lapisan masyarakat, hal tersebut tidak terlepas dari adanya kelemahan sehingga masih kurangnya tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. Adapun tujuan penelitian ini antara lain: 1) Informasi atribut produk perbankan syariah pada PT. bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang. 2) Pengaruh atribut produk terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah pada PT. bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang. 3) Mengetahui hubungan antara atribut produk terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah pada PT. bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang. Sedangkan metode penelitan dalam penyusunan tesis ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, angket, dokumentasi dan studi pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebagai respondensinya sebanyak 251 responden dengan populasi 671 nasabah. Dari uji ANOVA atau Fhitung , didapat F hitung adalah 59,303 diperoleh SS Regresi=444,092 SS Residual=1864,657 MS Regresi=444,092 MS Residual=7.489 dan Nilai Sig < 0,05 maka H0 ditolak. Artinya Terdapat pengaruh Atribut Produk (X) terhadap Tingkat kepuasan nasabah (Y) PT. Bank bjb Syariah di Kotamadya Tangerang.

**Kata Kunci** : *Atribut Produk; Kepuasan Nasabah; Perbankan Syariah*

**Abstract**

The development of sharia banking is more modern, based on islam and the many types of product, features anda other service facilities does not automatically become islamic banking as a solution to banking transactions and services that are expected by all levels of society, it is inseparable from the weaknesses that still lack of satisfaction level felt by customers. As for the research objectives, among other: 1) Information on product attributes sharia banking offices at PT. Bank bjb syariah in Tangerang City. 2) Influence of product attributes on the level of satisfaction at

## 2 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

PT. Bank bjb syariah in Tangerang City. 3) Know the relationship between product attributes on the level of satisfaction of islamic banking customers at PT. Bank bjb syariah in Tangerang City. While the research method in the preparation of the thesis is a quantitative method by collecting data in the from of observations, questionnaires, documentation and literature studies, in this study using a sample as a respondent as many 251 respondents with a population of 671 customers. Based test of ANOVA or F count on can F count was 59,303, obtained SS Regresi=444,092 SS Residual=1864,657 MS Regresi=444,092 MS Residual=7.489, Sig Value <0,05, then H0 is rejected. This means that influences of product attributes (X1), Quality of Service (X2) & Office Network (X3) to the level of customer satisfaction (Y) PT. Bank Jabar Banten Syariah in Tangerang City.

**Keywords :** *Product Attribute; Customer Satisfaction; Syariah Banking*

---

## PENDAHULUAN

Dalam rangka mendukung upaya terciptanya industri perbankan syariah yang sehat maka perlu dukungan dari berbagai pihak, baik para pelaku bisnis perbankan maupun pemangku kepentingan lainnya. Agar pelaku bisnis bank syariah dapat menjalankan bisnisnya dengan baik maka mereka perlu dibekali dengan dengan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan sikap (*attitude*) yang memadai sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang mereka miliki (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya serta pergeseran paradigma sampai pada pengkonversian diri. Dari pergeseran dan perkembangan yang ada tersebut, dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah yang mana sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, di mana perkembangannya mengalami peningkatan yang cukup menggembirakan. Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah. Tentu dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan sistem syariah

Secara geografis, Kota Tangerang berbatasan langsung dengan Kabupaten Tangerang di sebelah utara dan barat, Provinsi DKI Jakarta di sebelah Timur dan Kota Tangerang Selatan di sebelah selatan. Luas Wilayah Kota Tangerang tercatat sebesar 153,93 km<sup>2</sup> atau 1,59% dari luas wilayah Provinsi Banten dan merupakan wilayah terkecil kedua setelah Kota Tangerang Selatan. Jarak antara Kota Tangerang dengan Kota Serang sebagai Ibukota Provinsi Banten tercatat sekitar 65 km dengan jumlah penduduk Kota Tangerang menembus angka 1.952.362 orang berdasarkan data tahun 2013 (Badan Pusat Statistik, 2014).

Berkembangnya perbankan syariah yang semakin modern, berasaskan Islam dan telah banyaknya berbagai macam produk, fitur dan fasilitas layanan lainnya tidak secara otomatis menjadi perbankan syariah sebagai solusi atas transaksi dan pelayanan perbankan yang diharapkan oleh seluruh lapisan masyarakat, hal tersebut tidak terlepas dari adanya kelemahan sehingga masih kurangnya tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ditetapkan oleh pembeli. Menurut Fandy Tjiptono, atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008).

#### 4 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

Pengertian tentang kepuasan Pelanggan, menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang telah ia rasakan dibanding dengan harapannya (Philip, 2000).

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh atribut produk perbankan syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah di perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor eksternal dan internal. Faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, dikelompokkan dan diuraikan menjadi beberapa item yang akan ditanyakan kepada para nasabah. Berdasarkan teori tersebut, terbentuk beberapa faktor yang mungkin dapat mengetahui tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah. Hal tersebut merupakan salah satu pendorong penulis mengadakan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada nasabah perbankan syariah, dimana penelitian- penelitian sebelumnya juga berfokus pada kepuasan nasabah yang telah melakukan transaksi perbankan syariah namun perbedaan demografi, geografi, sifat dan karakteristik nasabah setiap daerah berbeda-beda.

Untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan para nasabah, diperlukan suatu analisis tingkat kepuasan nasabah pada nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah di Kotamadya Tangerang melalui suatu penelitian yang hasilnya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang dan penyebaran angket akan difokuskan pada nasabah perbankan syariah bank bjb syariah yang ada di Kotamadya Tangerang. Dengan keterbatasan waktu dalam penelitian ini populasi yang dijadikan objek adalah nasabah pembiayaan adapun waktu pelaksanaan kurang lebih selama 3 bulan sejak Maret sampai dengan Mei 2016.

#### **2. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang. Pemilihan objek lokasi penelitian ini karena mempertimbangkan berbagai keterbatasan yang ada pada diri peneliti, yang diantaranya adalah keterbatasan dalam hal tenaga, biaya, dan waktu.

### 3. Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikatnya hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori obyektif. Metode kuantitatif menggunakan hipotesis yang ditentukan sejak awal penelitian, lebih memperhatikan reliabilitas skor yang diperoleh melalui instrument penelitian, penelitian validitas menggunakan berbagai prosedur dengan menggunakan hitungan statistik, menggunakan deskripsi prosedur yang jelas (terinci), dan menyimpulkan hasil menggunakan ststistik.

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan penulis yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang sarat dengan angka-angka dalam teknik pengumpulan data dilapangan.

Dalam analisis data, metode kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial (yang menggunakan rumus- rumus statistik non-parametik). Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel (Ardianto, 2011).

### 4. Populasi

Populasi adalah totalitas semua kasus, kejadian, orang, dan lainnya. Populasi dapat berwujud; sejumlah manusia, benda-benda, hewan, tumbuh- tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam sesuatu objek penelitian (Nawawi, 1998 : 4). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah pada bank **bjb** syariah di Kotamadya Tangerang yang berjumlah 671 (enam ratus tujuh puluh satu) nasabah penyaluran dana sekaligus penghimpunan dana dari 2 (dua) kantor bank **bjb** syariah yaitu KCP Tangerang City dan KCP Ciledug. Dalam pengambilan sampel sebagai objek penelitian digunakan pedekatan dengan metode slovin :

$$n = N/(1 +Ne^2)$$

dimana :

n = sampel N = Populasi

## 6 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

e = error tolerance

Berdasarkan pendekatan metode slovin bahwa dengan 671 populasi dengan error tolerance 5% maka sampel yang diperoleh sebesar 251 sampel.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Objek Penelitian

Bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang terdiri 2 (dua) Kantor Cabang Pembantu yaitu bank bjb syariah Tangerang dan bank bjb syariah Ciledug, yang masing berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman No. 1 Cikokol Kota Tangerang dan Jalan HOS Cokroaminoto No.62 D Kel. Karang Timur Kec. Karang Tengah (Cikokol) Kota Tangerang (Bank BJB Syariah, 2105).

#### 2. Gambaran Umum Responden Nasabah bank bjb Syariah di Kotamadya Tangerang

##### a. Karakteristik Identitas

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Janis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
1.	Laki-laki	169 Orang	67,33 %
2.	Perempuan	82 Orang	32,67 %
	Total	251 Orang	100%

(Sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah Responden	Prosentase
1.	≤ 25 Tahun	5 Orang	1,99 %
2.	26 - 32 Tahun	12 Orang	4,78 %
3.	33 - 39 Tahun	79 Orang	31,48 %
4.	> 39 Tahun	155 Orang	61,75 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 3. Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
1.	Wiraswasta	7 Orang	2,79 %
2.	Pegawai Negeri Sipil	197 Orang	78,48 %
3.	Pegawai Swasta /BUMN/BUMD	47 Orang	18,73 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

b. Karakteristik Profil Nasabah

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

No.	Jenis Usaha	Jumlah Nasabah	Prosentase
1.	Perdagangan dan Industri	7 Orang	2,79 %
2.	Pegawai dan lainnya	244 Orang	97,21 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjalankan Usaha/Lamanya Menjadi Pegawai**

No.	Lama Berusaha/Lama Menjadi Pegawai	Jumlah Nasabah	Prosentase
1.	< 1 Tahun	- Orang	0 %
2.	1 – 2 Tahun	5 Orang	1,99 %
3.	2 -5 Tahun	47 Orang	18,73 %
4.	> 5 Tahun	199 Orang	79,28 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

8 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (perbulan)**

No.	Pendapatan (Perbulan)	Jumlah Nasabah	Prosentase
1.	< 5 Juta	52 Orang	20,72 %
2.	5 Juta - 10 Juta	199 Orang	79,28 %
3.	> 10 Juta	- Orang	0 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodeuk Penyaluran Dana**

No.	Produk Penyaluran Dana	Jumlah Nasabah	Prosentase
1.	Pembiayaan Pegawai	244 Orang	97,21 %
2.	Pembiayaan Produktif	7 Orang	2,79 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Penghimpunan Dana**

No.	Produk Penghimpunan Dana	Jumlah Nasabah	Prosentase
1.	Tabungan	239 Orang	95,22 %
2.	Deposito	8 Orang	3,19 %
3.	Giro	4 Orang	1,59 %
	Total	251 Orang	100%

(sumber Data Primer, Diolah Tahun 2016)

### 3. Gambaran Distribusi Variabel

**Tabel 9. Distribusi Variabel Atribut Produk**

No. Item	Katagori										Total (%)
	Point 5		Point 4		Point 3		Point 2		Point 1		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	55	22	63	25	51	20	62	25	20	8	100
2	57	23	67	27	54	22	59	24	14	6	100
3	71	28	43	17	61	24	56	22	20	8	100
4	51	20	59	24	69	27	58	23	14	6	100
5	67	27	56	22	62	25	53	21	13	5	100
6	77	31	54	22	46	18	59	24	15	6	100
7	60	24	77	31	50	20	48	19	16	6	100
Jumlah	175		167		157		157		45		700
Rata-rata	24,9		23,8		22,4		22,5		6,4		100

(Sumber, Data Primer, Diolah Tahun 2016)

**Tabel 10. Distribusi Tingkat Kepuasan**

No. Item	Katagori										Total (%)
	Point 5		Point 4		Point 3		Point 2		Point 1		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	72	29	65	26	69	27	28	11	17	7	100
2	61	24	83	33	60	24	26	10	21	8	100
3	73	29	58	23	72	29	24	10	24	10	100
4	73	29	62	25	67	27	28	11	21	8	100
5	82	33	64	25	65	26	22	9	18	7	100
6	73	29	75	30	58	23	23	9	22	9	100
Jumlah	173		162		156		60		49		600
Rata-rata	28,8		27,0		26,0		10,0		8,2		100

(Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2016)

### 4. Analisis Data Penelitian

#### a) Uji Instrumen

##### 1) Uji Validitas Angket Variabel X (Atribut Produk)

**Tabel 11. Uji Validitas Angket Variabel X (Atribut Produk)**

#### Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
Pearson Correlation	1	.006	.094	.083	.047	.155 <sup>*</sup>	.015	.458 <sup>**</sup>
P1 Sig. (2-tailed)		.930	.136	.192	.458	.014	.813	.000

10 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P2	Pearson	.006	1	.101	.068	.012	.101	-.002	.409**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.930		.110	.281	.853	.109	.973	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P3	Pearson	.094	.101	1	.147 <sup>+</sup>	.041	.081	-.061	.466**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.136	.110		.020	.517	.199	.336	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P4	Pearson	.083	.068	.147 <sup>+</sup>	1	.021	.112	.055	.466**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.192	.281	.020		.737	.077	.386	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P5	Pearson	.047	.012	.041	.021	1	.068	.096	.409**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.458	.853	.517	.737		.282	.129	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P6	Pearson	.155 <sup>+</sup>	.101	.081	.112	.068	1	.072	.523**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.014	.109	.199	.077	.282		.259	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
P7	Pearson	.015	-.002	-.061	.055	.096	.072	1	.369**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.813	.973	.336	.386	.129	.259		.000
	N	251	251	251	251	251	251	251	251
TOTAL	Pearson	.458**	.409**	.466**	.466**	.409**	.523**	.369**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	251	251	251	251	251	251	251	251

-Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Dari Hasil Output di atas, diketahui bahwa nilai *Pearson Correlation* pada skor Total untuk seluruh pertanyaan lebih dari 0.3 dan berbintang, serta nilai sig (2-tailed) kurang dari 0.05, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada angket variabel X ini adalah valid dan bisa dijadikan alat pengumpul data dalam penelitian.

2) Uji Validitas Angket Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

**Tabel 12. Uji Validitas Angket Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)  
Correlations**

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.085	.049	.024	-.040	-.001	.444**
	Sig. (2-tailed)		.180	.439	.701	.531	.994	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
P2	Pearson Correlation	.085	1	.052	-.070	.099	-.059	.438**
	Sig. (2-tailed)	.180		.409	.269	.118	.350	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
P3	Pearson Correlation	.049	.052	1	-.087	.098	-.074	.430**
	Sig. (2-tailed)	.439	.409		.167	.123	.243	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
P4	Pearson Correlation	.024	-.070	-.087	1	-.088	.055	.344**
	Sig. (2-tailed)	.701	.269	.167		.165	.384	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
P5	Pearson Correlation	-.040	.099	.098	-.088	1	.015	.435**
	Sig. (2-tailed)	.531	.118	.123	.165		.812	.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
P6	Pearson Correlation	-.001	-.059	-.074	.055	.015	1	.382**
	Sig. (2-tailed)	.994	.350	.243	.384	.812		.000
	N	251	251	251	251	251	251	251
TOTAL	Pearson Correlation	.444**	.438**	.430**	.344**	.435**	.382**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	251	251	251	251	251	251	251

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

Dari Hasil Output di atas, diketahui bahwa nilai *Pearson Correlation* pada skor Total untuk seluruh pertanyaan lebih dari 0.3 dan berbintang, serta nilai sig (2- tiled) kurang dari 0.05, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada angket variabel Y ini adalah valid dan bisa dijadikan alat pengumpul data dalam penelitian.

3) Uji Reliabilitas Angket Variabel X (Atribut Produk)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel, indicator dinyatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) yang didapat  $\geq 0,60$ . Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20.0 for windows*.

Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut.:

- a) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 – 0,20 = kurang reliable
- b) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 – 0,40 = agak reliable
- c) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 – 0,60 = cukup reliable
- d) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 – 0,80 = reliable
- e) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 – 1,00 = sangat reliable

4) Hasil Uji reliabilitas Variabel X

**Tabel 13. Reliability Statistics**

Liabilitas Cronbach's Alpha	N of Items
.650	8

Dari table *output* di atas, diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,650. Berdasarkan hasil uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* = 0,650 > 0,60 sehingga tergolong di nilai antara 0,61 – 0,80, maka hasil uji tersebut dikatakan *reliable* atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian

**Tabel 14. Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P 1	44.10	53 . 087	.314	.628
P 2	44.00	54 . 260	.265	.637
P 3	44.02	52 . 736	.319	.627

P 4	44.07	53 . 331	.333	. 626
P 5	43.93	54 . 211	.265	. 637
P 6	43.90	51 . 629	.385	. 615
P 7	43.90	55 . 007	.223	. 644
TOTAL	23.69	15 . 137	1.000	. 320

5) Hasil Uji reliabilitas Variabel Y

**Tabel 15. Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.588	7

Dari table *output* di atas, diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,588. Berdasarkan hasil uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* = 0,588 < 0.60 sehingga tergolong di nilai antara 0,41 – 0,60, maka hasil uji tersebut dikatakan *cukup reliable* atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian

**Tabel 16. Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	39.41	31.883	.265	.565
P2	39.45	31.977	.258	.567
P3	39.47	31.930	.238	.572
P4	39.45	33.280	.146	.596
P5	39.32	31.986	.252	.569
P6	39.38	32.725	.189	.585
TOTAL	21.50	9.235	1.000	.020

**5. Persyaratan Hipotesis**

Syarat Pengujian Hipotesis untuk statistika parametric diantaranya adalah data berdistribusi normal, homogen, dan bersifat Linear. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti melakukan uji Normalitas, homogenitas dan Uji Linearitas.

14 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui nilai normalitas adalah dengan rumus Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dalam penelitian ini dibantu menggunakan aplikasi *SPSS 20.0 for windows*.

Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi dari Asymp. Sig. (2- tailed) lebih dari 0,05 ((sig) > 0,05), maka data tersebut berdistribusi normal.

Sebaliknya jika signifikansi kurang dari 0,05 ((sig)<0,05) maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan *SPSS 20.0 for windows* disajikan pada tabel

**Tabel 17. Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		2 51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.73104890
	Absolute	.0 62
Most Extreme Differences	Positive	.0 62
	Negative	-.0 58
Kolmogorov-Smirnov Z		.9 85
Asymp. Sig. (2-tailed)		.2 86

-Test distribution is Normal.

-Calculated from data.

(Sumber Data : Primer , Diolah Peneliti Tahun 2019)

Hipotesis untuk uji normalitas adalah :

$H_0$  : data tidak berdistribusi normal

$H_1$  : data berdistribusi normal

Pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka  $H_0$  ditolak

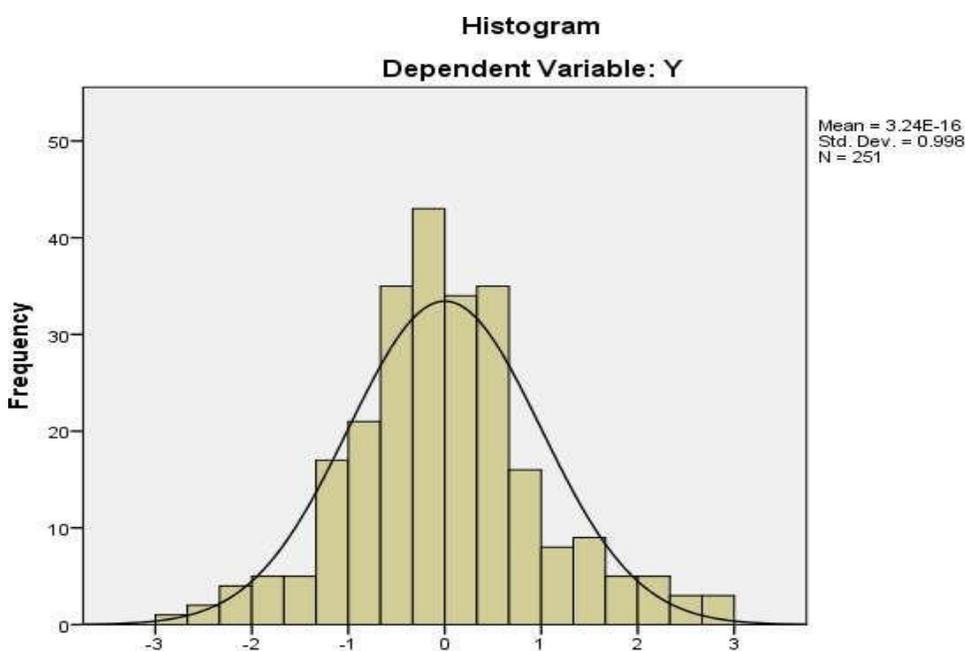
Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Berdasarkan hasil output pada table dapat disimpulkan bahwa :

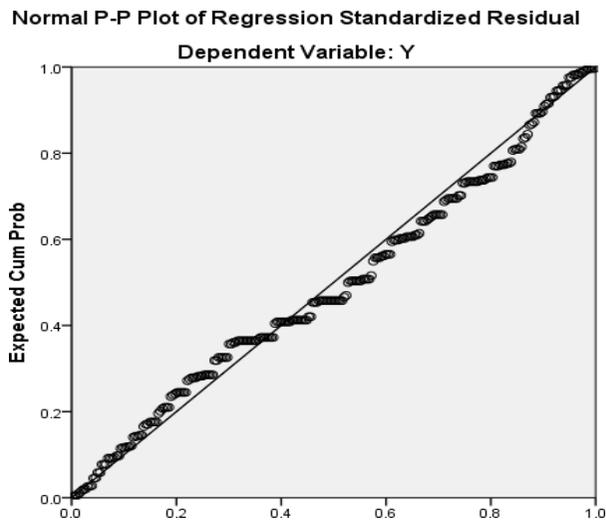
Nilai signifikansi pada table Kolmogrov-Smirnov nilai residual untuk variabel X dan Y adalah 0,286. Karena nilai signifikansi variable lebih dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y berdistribusi normal.

Uji Normalitas juga dapat diidentifikasi dengan menggunakan Histogram dan Normal *PP Plot*, dengan asumsi suatu variable berdistribusi normal jika

histogramnya berbentuk seperti lonceng, dan pada normal *PP Plot* titik- titiknya mendekati garis diagonal.



**Gambar 1. Regression Standaized Residual**



Gambar 2. Observed Cum Prob

b. Uji Homogenitas

Tabel 18. Uji Homogenitas  
Test of Homogeneity of Variances Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.781	15	235	.038

Dari hasil output diketahui bahwa Nilai signifikansi pada table *Levene Statistic* untuk variabel Y adalah sebesar 0.38 . Karena nilai signifikansi variable lebih dari 0,05 variabel tersebut dinyatakan homogen.

c. Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan linear antara variabel X dan variabel Y, dan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak.

Dengan uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik. Dikatakan linearnya jika angka *P. Value* atau nilai sig lebih besar dari taraf signifikan 5% atau 0,05 tapi jika *P. Value* atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka tidak dikatakan linear. Hasil dari penelitian uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 19. Hasil Uji Linearitas ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		755.241	15	50.349	7.616	.000
Between Groups Y * X	Linearity	444.092	1	444.092	67.178	.000
	Deviation from Linearity	311.149	14	22.225	3.362	.000
	Within Groups	1553.508	235	6.611		
Total		2308.749	250			

(Sumber Data : OlahanPeneliti, 2019)

Berdasarkan table diperoleh nilai signifikansi *Between Groups* untuk *Linearity* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, yang artinya terdapat hubungan linear antara variable X dengan variabel Y.

## 6. Pengujian Hipotesis

Untuk keperluan analisis ini digunakan hasil angket Atribut Produk sebagai variabel (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel (Y), hal ini berkaitan dengan rumus statistik yang digunakan, yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana dalam *SPSS 20.0 for windows*, Uji t , uji Korelasi, dan koefisien determinasi.

### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana yaitu analisis terhadap satu variable independen (Atribut Produk) dan satu variable dependen (Kepuasan Pelanggan). Jadi, analisis regresi digunakan untuk mengetahui perubahan variable terikat (*dependen variable*) akibat perubahan variable bebas (*independen variable*).

**Tabel 20. Hasil Regresi Linear Sederhana Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig .
	B	Std. Error	Beta		
( Constant )	13.384	1.068		12.535	.000

18 | Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

1					
X	.343	.044	.439	7.701	.000

a. Dependent Variable : Y

(Sumber Data : Primer, Diolah Peneliti Tahun 2019)

Dari hasil table diatas diperoleh nilai persamaan regresi sederhana dengan nilai a sebesar 13.384 dan nilai b sebesar 0.343, sehingga dapat dibuat persamaan menjadi  $Y' = 13.384 + 0.343 X$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagaiberikut :

- 1) Konstanta sebesar 13.384: artinya jika atribut produk (X) nilainya adalah nol (0), maka kepuasan pelanggan (Y') nilainya positif yaitu sebesar 13.384
- 2) Koefisien regresi variable atribut produk (X) sebesar 0.343 ;

Artinya jika atribut produk mengalami kenaikan 1%, maka prosentase kepuasan pelanggan (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 34.3%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara atribut produk dengan kepuasan pelanggan, semakin bagus atribut produknya maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Uji t

Uji signifikansi koefisien regresi linier sederhana digunakan untuk menguji adakah pengaruh antara Atribut Produk dengan Kepuasan Pelanggan dapat berlaku untuk populasi.

$H_0$  : tidak ada pengaruh secara signifikan antara Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

$H_a$  : ada pengaruh secara signifikan antara Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji t dalam penelitian ini menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikan  $\alpha=5\%$  atau 0,05 (uji ini dilakukan 2 sisi karena untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan). Tingkat signifikansi dalam penelitian ini mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebanyak-banyaknya 5%.

Berdasarkan tabel *hasil regresi linier sederhana* di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 7.701. Dengan nilai Sig sebesar  $0.000 < 0.005$ , maka  $H_0$  ditolak artinya variable bebas atau atribut produk memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variable terikat atau kepuasan pelanggan.

c. Uji Korelasi

Koefisien korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh antara Atribut Produk (X) terhadapKepuasanPelanggan(Y).

**Tabel 21. Model Summary Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.439 <sup>a</sup>	.192	.189	2.7 37

-Predictors: (Constant), X

-Dependent Variable: (Y)

Pada Tabel *Model Summary* menjelaskan besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,439. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara Atribut Produk (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan pada Tabel tentang pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi maka, nilai 0,439 menunjukkan hubungan yang positif dan cukup kuat.

d. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pada Tabel *Model Summary* menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,192. Variasi dari variable Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh variable atribut produk sebesar 19.2% sedangkan sisanya sebesar 81.8% dijelaskan atau disebabkan oleh variable lain.

**Tabel 22. ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.092	1	444.092	59.303	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1864.657	249	7.489		
	Total	2308.749	250			

-Dependent Variable: Y

-Predictors: (Constant), X

Dari Tabel “Anova” diperoleh SS Regresi=444.092, SS Residual=1864.657, MS regresi=444.092 dan MS Residual=7.489. Serta Nilai Uji F sebesar 59.303 dan nilai Sig = 0.000. Karena nilai Sig < 0.05, maka persamaan regresinya signifikan/baik.

## 7. Pembahasan Pengaruh Atribut Produk, Tingkat Kualitas Pelayanan dan Jaringan Kantor Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Pada Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Di Kota Tangerang

Maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Informasi Atribut Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Pada Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Di Kota Tangerang.

Dari hasil distribusi variabel yang dilakukan, dapat diketahui sebagai berikut :

- 1) Dari *atribut produk* dengan 7 (tujuh) indikator yang di distribusikan, yaitu:
  - a) Untuk *informasi produk* terdapat hasil tertinggi 25% responden setuju dan 25% responden tidak setuju yang artinya informasi produk yang saat ini dilakukan bank bjb syariah masih ditanggapi tidak baik oleh cukup banyak nasabah.
  - b) Untuk *pemilihan produk* terdapat hasil tertinggi 27% setuju yang artinya pemilihan dan pengembangan produk yang telah bank bjb syariah lakukan telah direspon positif oleh sebagian besar nasabah.
  - c) Untuk *pengembangan produk* terdapat hasil tertinggi 28% sangat setuju yang artinya pengembangan produk yang telah bank bjb syariah lakukan telah direspon positif oleh sebagian besar nasabah.
  - d) Untuk *keunggulan produk* terdapat hasil tertinggi 27% ragu-ragu yang artinya keunggulan produk bank bjb syariah atas produk yang ada direspon ragu oleh sebagian besar nasabah.
  - e) Untuk syariah produk bahwa *produk tidak mengandung riba* terdapat hasil tertinggi 27% sangat setuju yang artinya

produk bank bjb syariah dipahami positif oleh sebagian nasabah telah mengandung unsur produk syariah.

- f) Untuk syariah produk bahwa *produk tidak mengandung unsur ketidakpastian* terdapat hasil tertinggi 31% sangat setuju yang artinya produk bank bjb syariah dipahami positif oleh sebagian nasabah telah mengandung unsur produk syariah.
- g) Untuk syariah produk bahwa *produk tidak mengandung judi* terdapat hasil tertinggi 31% setuju yang artinya produk bank bjb syariah dipahami positif oleh sebagian nasabah telah mengandung unsur produk syariah

Berdasarkan hasil distribusi variabel *atribut produk* bank bjb syariah dengan perhitungan rata-rata prosentase tertinggi yang diperoleh bahwa atribut produk bank bjb syariah prosentase tertinggi sebesar 24,9% sangat setuju yang artinya sebagian besar nasabah merespon positif atas atribut produk bank bjb syariah yang ada saat ini.

- 2) Dari *tingkat kepuasan* dengan 6 (enam) indikator yang di distribusikan, yaitu :
  - a) Untuk indikator *menciptakan keharmonisan hubungan saling menguntungkan* terdapat hasil tertinggi 29% sangat setuju yang artinya *menciptakan keharmonisan hubungan saling menguntungkan* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah.
  - b) Untuk indikator *keinginan untuk terus melakukan transaksi dengan pihak perbankan* terdapat hasil tertinggi 33% setuju yang artinya *keinginan untuk terus melakukan transaksi dengan pihak perbankan* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah.
  - c) Untuk indikator *reputasi bank untuk tetap setia menjadi mitra bank* terdapat hasil tertinggi 29% sangat setuju dan 29% ragu-ragu yang artinya *reputasi bank untuk tetap setia menjadi mitra bank* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah dan sebagian besar lagi merespon ragu.
  - d) Untuk indikator *reputasi bank sebagai bank rekomendasi untuk rekanan mitra nasabah* terdapat hasil tertinggi 29%

sangat setuju yang artinya *reputasi bank sebagai bank rekomendasi untuk rekanan mitra nasabah* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah.

- e) Untuk indikator *reputasi bank yang baik sebagai mitra nasabah* terdapat hasil tertinggi 33% sangat setuju yang artinya *reputasi bank yang baik sebagai mitra nasabah* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah.
- f) Untuk indikator *reputasi bank sebagai mitra menguntungkan* terdapat hasil tertinggi 30% setuju yang artinya *reputasi bank sebagai mitra menguntungkan* di bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang direspon positif oleh sebagian besar nasabah.

Berdasarkan hasil distribusi variabel *tingkat kepuasan* bank bjb syariah dengan perhitungan rata-rata prosentase tertinggi yang diperoleh bahwa tingkat kepuasan nasabah di bank bjb syariah prosentase tertinggi sebesar 28,8% sangat setuju yang artinya keberadaan bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang mampu memberikan ekspektasi yang diharapkan nasabahnya.

- b. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Pada Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Di Kota Tangerang.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan Uji t yang dilakukan, dapat diketahui sebagai berikut :

Pengaruh *atribut produk* terhadap *tingkat kepuasan nasabah* bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang mempunyai pengaruh positif yang artinya atribut produk yang dipunyai bank bjb syariah bisa memenuhi keinginan nasabah hal ini menjadi kekuatan untuk terus memberikan hal yang terbaik bagi nasabahnya.

- c. Hubungan Antara Atribut Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Pada bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang.

Dari hasil pengujian dengan analisis regresi menggunakan Uji ANOVA, dapat diketahui bahwa Terdapat pengaruh *Atribut Produk (X1)* terhadap *Tingkat kepuasan nasabah (Y)* bank bjb

Syariah di Kotamadya Tangerang. Atas hal tersebut bahwa *atribut produk* bank bjb syariah dengan memperhatikan indikator produk mulai dari *informasi produk, pilihan produk dan pengembangan produk, keunggulan produk, tidak mengandung riba, tidak mengandung unsur ketidakpastian dan tidak mengandung unsur judi* memberikan pengaruh signifikan/baik terhadap *tingkat kepuasan nasabah* sehingga apa yang telah dilakukan saat oleh bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang dalam kapasitas sebagai lembaga keuangan telah memberikan kontribusi yang baik bagi nasabahnya.

## KESIMPULAN

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh atribut produk, tingkat kualitas pelayanan dan jaringan kantor terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah pada bank **bjb** syariah di Kotamadya Tangerang, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Informasi atribut produk bank **bjb** syariah dan tingkat kepuasan bank **bjb** syariah di Kotamadya Tangerang masih terdapat hal-hal yang belum sesuai ekspektasi nasabah yaitu indikator dalam atribut produk; informasi produk dan keunggulan produk direspon ragu oleh sebagian responden. Kemudian indikator dalam tingkat kepuasan nasabah; reputasi bank untuk tetap setia menjadi mitra bank oleh sebagian besar responden masih dinilai ragu. Namun demikian secara umum informasi atas atribut produk dan tingkat kepuasan nasabah di bank **bjb Syariah** di Kotamadya Tangerang menunjukkan respon yang positif.
2. Dengan menggunakan Uji t atau P-Value, diketahui bahwa Untuk variabel *Atribut Produk (X)*, Karena  $P\text{-Value} < 5\%$  ;  $0,000 < 0,05$  Artinya Terdapat pengaruh positif *Atribut Produk (X1)* Terhadap *Tingkat kepuasan nasabah (Y)* bank bjb Syariah di Kotamadya Tangerang.
3. Dari uji ANOVA diperoleh SS Regresi=444.092, SS Residual=1864.657, MS regresi=444.092 dan MS Residual=7.489. Serta Nilai Uji F sebesar 59.303 dan nilai Sig = 0.000. Karena nilai Sig < 0.05, maka persamaan regresinya signifikan/baik, maka  $H_0$  ditolak. Artinya Terdapat pengaruh positif *Atribut Produk (X1)* terhadap *Tingkat kepuasan nasabah (Y)* bank bjb Syariah di Kotamadya Tangerang. Sehingga setiap terdapat perubahan dalam variabel X yaitu atribut produk akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah..

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni (2005). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2014). *Kota Tangerang Dalam Angka 2014*.
- Bank bjb syariah (2015). *Laporan Tahunan Annual Report 2015*.
- Danang Sunyoto (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta, Media Presindo. Darmanto dan Ismanto Setyabus, 2014, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Gava
- Duwi Prayitno. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta, Mediakom. Edy Wibowo, UntungHandy Widodo, 2005. *Mengapa Memilih Bank Syari'ah?*, Bogor:
- Elvinaro Ardianto. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Startegi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.
- Frans M. Royan, Roy Kurniawan. (2011). *Kiat Sukses Mendirikan Kantor Cabang*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gasperz V. (2002). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gasperz, Vincent. (2002). *Sistem Manajemen Kerja Terintegrasi Balance Scorecard dengan Six Sigma untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintahan*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghalia Indonesia.
- Handi, Irawan D., (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo. Hadari Nawawi, 1998, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iqbal dalam Rahman El-Yunusi. (2009). *Jurnal: Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (pada Bank Muamalat Kota Semarang)*, *Jurnal: Annual Converenceon Islamic Studies ke 9 tahun*, Dosen Prodi Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.
- Irawan D., Handy. (2003). *Indonesia Customer Satisfaction, Membedah Startegi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Jonathan Sarwono. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Kahar Mansyur. (1999). *Beberapa Pendapat Mengenai Riba*, Jakarta, Kalam Mulia. Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Jakarta, Kencana Prenada Media Grup.

- Kotler Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, Erlangga.
- Kotler Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indoensia, Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Leonard, L. Berry, Valerie Ziethnal & Parasuraman. (1991). *Marketing Service*, New York, Free Press.
- Lovelock Christopher H., *Service Marketing*, USA, Prentice Hall Inc.
- M. Luthfi Hamidi. (2003). *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Rachmadi Usman. (2002). *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islamdi Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Rambat Lupioyadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Jakarta, Salemba Empat.
- Rangkuti F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Engkos. (2008). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*, Bandung, Alfabeta.
- Rimsky K. Judisseno. (2002). *Sistem Moneter dan Perbankan Di Indonesia*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsini Arikunto. (1996). *Prosedur Penelitian*, Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Thomas Suyatno, Djuhaepah T, Marala, dkk., 2015. *Kelembagaan Perbankan*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tijptono, Fandi. (2000). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tijptono, Fandi. (2002). *Strategi Pemasaran Modern*, Edisi II, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tijptono, Fandi., Anastasia Diana. (1995). *Total Quality Management (TQM)*, Ed. 2 cet 1., Yogyakarta, Andi Offset.
- Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institute Banking Indonesia. (2002). *Konsep, Produk, Implementasi OperasionalBak Syari'ah*, Jakarta: Karya Unipress.
- Triguno. (1997). *Budaa Kerja: Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktifitas Kerja*, Jakarta, Golden Trayono Press.
- Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah  
[www.ojk.go.id/data-statistik-perbankan-indonesia](http://www.ojk.go.id/data-statistik-perbankan-indonesia)