

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI TABUNGAN EASY WADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KC SIMPANG PATAL PALEMBANG

Risma, Amir Salim, Saprida

Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS)

Indo Global Mandiri Palembang

Email: risma.zulnadi@gmail.com, amirsalim@stebisigm.ac.id, saprida@stebisigm.ac.id

Abstract

The existence of Bank Syariah Indonesia has great potential to develop its market because it offers banking activities by Islamic law. This research was conducted to determine the effect of Product and Service Quality on Customer Satisfaction of BSI Easy Wadiah Savings at Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal Palembang. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study amounted to 6,735 respondents with a sample of 99 respondents and this research was conducted by distributing questionnaires online through the Google form website. The sampling technique uses accidental sampling. Data analysis technique was performed by multiple regression analysis. The results of the research hypothesis show that from the calculation of $F_{count} (21.619) > F_{table} (3.091)$. It means that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) have a positive and significant effect partially or simultaneously on Customer Satisfaction (Y) BSI Easy Wadiah Savings.

Keywords: *Product Quality, Service, Customer Satisfaction, Easy Wadiah Savings*

Abstrak

Keberadaan Bank Syariah Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan pasarnya karena menawarkan kegiatan perbankan yang sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini berjumlah 6.735 responden dengan sampel sebanyak 99 responden dan penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui website google form. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda. Hasil hipotesis dari penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan $F_{hitung} (21,619) > F_{tabel} (3,091)$. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) BSI Tabungan Easy Wadiah.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Layanan, Kepuasan Nasabah, Tabungan Easy Wadiah*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dalam dunia Perbankan terdapat lembaga keuangan syariah yang memiliki karakteristik umum serta landasan dasar operasional secara keseluruhan yaitu prinsip bagi hasil atau prinsip yang berdasarkan kaidah mudharabah. Hal ini yang menjadikan salah satu ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional pada umumnya.

Persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep baik itu mengenai kualitas produk maupun kualitas layanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial. Untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Dalam mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk dan kualitas layanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya(Jaka, 2018).

Karakteristik utama bank syariah adalah ketiadaan bunga sebagai representasi dari riba karena haram. Karakter inilah yang menjadikan perbankan syariah lebih unggul pada beberapa hal termasuk pada sistem operasional yang dijalankan. Selain itu, dalam perbankan syariah uang hanya dijadikan alat tukar bukan komoditi yang diperdagangkan sehingga tidak mengenal akan konsep "*time value for money*" (Purwaningsih, 2020).

Produk BSI tabungan Easy Wadiah memiliki kualitas tersendiri yang mana sebuah produk yang berkualitas akan mempertahankan pangsa pasarnya Permasalahan yang sering terjadi dalam kepuasan nasabah adalah sulitnya mendapatkan suatu produk yang berkualitas dan layanan yang baik. Tabungan Easy Wadiah digunakan sebagai sarana investasi yang murni sesuai dengan prinsip syariah, nasabah lebih memilih produk tabungan Easy Wadiah karena produk ini memiliki biaya yang lebih rendah daripada produk deposito atau giro.

Kehadiran produk tabungan Easy Wadiah dapat membantu mengurangi biaya dana investasi nasabah, hampir semua bank mengenakan biaya penurunan harga secara konsisten kepada nasabah yang menabung dibank tersebut, uang yang disimpan dalam dana cadangan semakin berkurang karena beban regulasi namun dengan salah satu tabungan Easy Wadiah memberikan kemudahan nasabah dalam menabung dan melakukan transaksi lainnya(Purnama, 2022).

Bahkan dari segi kualitas serta layanan yang diberikan memberikan suatu kepuasan tersendiri bagi nasabah yang menggunakan produk BSI Easy Wadiah. Bahkan tabungan ini juga menggunakan suatu teknologi yang bisa menggunakan secara mobile atau bahkan langsung, teknologi ini mampu mempermudah dan menghemat tenaga kerja serta menghemat penggunaan modal yang memiliki sifat netral. Teknologi yang bersifat netral inilah akan meningkatkan produktifitas dalam kinerja tabungan Easy Wadiah.

TINJAUAN PUSTAKA

Perbankan Syariah

Bank islam atau yang biasa disebut dengan Bank syariah, adalah Bank yang beroperasi sesuai dengan landasan atau syariat Islam dan tidak mengandalkan bunga atau yang biasa disebut dengan Riba. Oleh karena itu Bank syariah, atau disebut bank bebas premi, adalah yayasan moneter atau perbankan yang tugas dan produknya dibuat berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya sesuai dengan

syariat Islam dan usaha utamanya adalah menyediakan pembiayaan dan jasa lainnya untuk lalu lintas pembiayaan dan peredaran uang (Zulkifli, 2017). Tujuan utama mendirikan lembaga keuangan islam adalah untuk menunaikan perintah dalam bidang ekonomi dan muamalah serta membebaskan masyarakat islam dari kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh agama islam Menerapkan prinsip-prinsip islam dalam berekonomi dan bermasyarakat sangat diperlukan untuk mengobati penyakit dalam dunia ekonomi dan sosial yang dihadapi oleh masyarakat (Maleha & Choiriyah, 2018). Hal ini yang menjadi keunggulan dari bank syariah karena terjuahnya dari unsur riba ditambah bank syariah tidak memberatkan nasabahnya.

Kepuasan Nasabah

Nasabah menurut pardede (2004) ialah orang yg mempercayakan pengelolaan uangnya kepada bank supaya bisa dipergunakan pada operasional perbankan. Pada hal ini, pelanggan mengharapkan pemberian dalam bentuk uang menjadi imbalan atas setoran (Nafisah & Indra, 2022). Dalam dunia perbankan, sumber daya manusia yang seringkali menentukan kepuasan nasabah adalah karyawan yang berada dalam ruang lingkup operasional pelayanan seperti customer service, teller, marketing, dan security (Budiningsih & Primadhita, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah membandingkan kinerja atau hasil akhir dengan apa yang diharapkan pelanggan, atau tingkat perasaan. Dengan demikian, pemenuhan adalah konsekuensi dari kontras antara pameran yang didapat dan asumsi seseorang. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah tujuan penting.

Terdapat tiga variabel independen yang disebut didalam salah satu strategi yang biasanya digunakan oleh bisnis atau organisasi untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan: Service Quality, Product Quality, dan Kepuasan Nasabah. Menurut Barry yang mengeluarkan pendapat bahwa ada sepuluh faktor penentu kepuasan yang mempengaruhi perilaku kepuasan nasabah yaitu kualitas produk dan kualitas layanan (Bahari & Basalamah, 2019).

Kualitas Produk

Mengenai kualitas produk pastinya setiap orang berhak untuk memilih kualitas produk yang baik serta memberikan jaminan terhadap produk yang sudah di tawarkan. Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Armstrong, kualitas produk berarti kapasitas suatu produk untuk menjalankan perannya, termasuk soliditas, ketergantungan, presisi, kesederhanaan aktivitas, perbaikan produk, dan lain sebagainya. Kualitas produk memiliki 9 dimensi yang membedakan produk dari produk lain, seperti bentuk, karakteristik produk, kualitas kinerja, kualitas konsisten (kualitas tingkat akurasi), daya tahan, keandalan, perbaikan, kemudahan perawatan, gaya dan desain (Bahari & Basalamah, 2019).

Kualitas Layanan

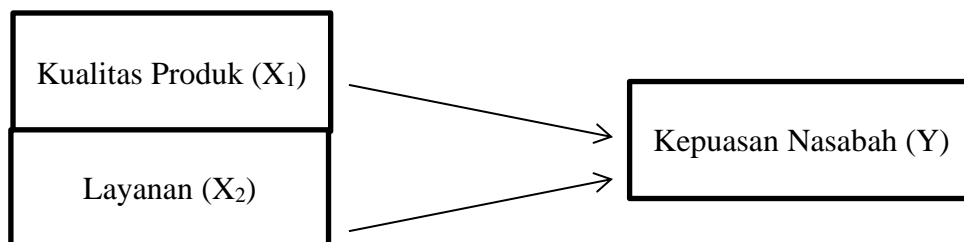
Kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh pelanggan dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan (Handayani & Syarifudin, 2022). Layanan yang baik adalah apabila gap antara layanan yang dirasakan atau persepsi pengguna dengan ekspektasi pengguna minimal tidak berbeda.

Jika masih ada perbedaan dengan nilai gap yang bernilai negatif antara persepsi

dengan ekspektasi, maka diperlukan perbaikan terhadap layanan tersebut. Begitu pula sebaliknya jika nilai gap bernilai positif, maka layanan tersebut harus tetap dipertahankan (I.G.P. Asto Buditjahanto, 2020).

Menurut (Kotler, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan jasa dipresepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas layanan jasa dipresepsikan buruk (Yulyani dkk., 2023).

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H₀₁: Kualitas Produk (X₁) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

H_{a1}: Kualitas Produk (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

H₀₂: Kualitas Layanan (X₂) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

H_{a2}: Kualitas Layanan (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

H₀₃: Kualitas Produk (X₁) dan Layanan (X₂) tidak ada yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

H₀₃: Kualitas Produk (X₁) dan Layanan (X₂) sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) produk BSI Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal.

Metodologi Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 sampai dengan bulan April 2023 yakni melakukan survei secara langsung dengan cara memberikan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal Palembang.

2. Metode Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah keseluruhan maupun karakteristik dari populasi. Sampel yang diambil dari populasi yang besar dapat digunakan jika peneliti

tidak dapat menyelidiki setiap aspek populasi, maka dari itu sampel yang diambil harus secara akurat dengan data yang sebenarnya. (Rinaldi & Mujiyanto, 2017). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yaitu teknik penentu sampel secara kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.

Adapun metode penarikan sampel yang akan digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah populasi nasabah produk BSI Tabungan Easy Wadiah

e = *Error level* (tingkat kesalahan) pengambilan sampel menggunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1

didalam penelitian ini terdapat 6.735 jumlah populasi atau N = 6.735 dengan e = 10% atau 0,1 Jadi, pada penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 98,5 atau digenapkan menjadi 99 orang nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah.

3. Uji Validitas

No	Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,66	0,1975	Valid
		X1.2	0,692	0,1975	Valid
		X1.3	0,637	0,1975	Valid
		X1.4	0,654	0,1975	Valid
		X1.5	0,647	0,1975	Valid
2	Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,692	0,1975	Valid
		X2.2	0,715	0,1975	Valid
		X2.3	0,823	0,1975	Valid
		X2.4	0,795	0,1975	Valid
		X2.5	0,805	0,1975	Valid
3	Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,781	0,1975	Valid
		Y2	0,817	0,1975	Valid
		Y3	0,745	0,1975	Valid
		Y4	0,68	0,1975	Valid
		Y5	0,813	0,1975	Valid

Pada penelitian ini terdapat 99 responden maka hasil yang dihitung menggunakan rumus df yaitu 99-2 atau df 97 sehingga r_{tabel} sebesar 0,1975. Menurut data tabel diatas dapat dikatakan dari ketiga variabel yaitu, variabel kualitas produk (X1),

kualitas layanan (X2) dan kepuasan nasabah (Y) dari hasil koefisien memiliki nilai yang valid pada setiap butir pernyataan.

4. Uji Reliabilitas

hasil uji reliabilitas pada variabel kualitas produk (X1) yang terdapat 5 item pernyataan yang memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,653 dari 0,60 maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas pada variabel kualitas layanan (X2) terdapat 5 item pernyataan yang memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,822 dari 0,60 maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Dan yang terakhir adapun hasil uji reliabilitas pada variabel kepuasan nasabah (Y) yang terdapat 5 item pernyataan yang memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,820 dari 0,60 maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel

5. Uji f (Simultan)

Uji F-test digunakan untuk menguji secara bersama-sama signifikan pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.391	2	128.196	21.619	.000 ^b
	Residual	569.245	96	5.930		
	Total	825.636	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} = 21,619$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai F_{tabel} $df_1 = 2$ dan $df_2 = 96$ diperoleh 3,091 dari tabel statistik. Hal ini dapat dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dengan nilai $(21,619 > 3,091)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Uji t (Parsial)

Uji t-test digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel kualitas produk dan kualitas layanan berhubungan secara signifikan atau tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.733	2.438		1.531	.129
	Kualitas Produk	.623	.101	.528	6.156	.000
	Kualitas Layanan	.231	.072	.277	3.227	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji-t *coefficients* pada tabel atas dapat diambil kesimpulan

sebagai berikut:

- a) Dari tabel di atas memperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk X_1 sebesar 6,156 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Jadi, pada variabel kualitas produk X_1 yaitu dengan nilai t_{hitung} $6,156 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti kualitas produk secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal.
- b) Pada variabel kualitas layanan X_2 dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,227 yang berarti $3,227 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima yang berarti kualitas layanan secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Diketahui bahwa hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi dari variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,000 yang mana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $6,156 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti kualitas produk memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan produk BSI Tabungan Easy Wadiah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut sama dengan penelitian terdahulu oleh Wirda (2022) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSI Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia Kc Palangka Raya 1” yang menjelaskan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah yang diuji secara parsial dengan taraf nilai dari t_{hitung} sebesar 10,983 dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05.

Hal tersebut dikarenakan ketika suatu perusahaan memiliki produk yang lebih diunggulkan menjadi pengaruh atau tolak ukur yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yang ingin menggunakan suatu produk yang ada di perusahaan tersebut, hal ini juga menjadikan suatu faktor yang diunggulkan dari Bank Syariah Indonesia dalam menjadikan kualitas produknya menjadi yang diunggulkan dan banyak diminati oleh nasabah atau kalangan masyarakat yang sudah menggunakan produknya.

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Diketahui bahwa hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi dari variabel kualitas layanan (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,002 yang mana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 atau $0,002 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,227 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti kualitas layanan memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan produk BSI Tabungan Easy Wadiah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Faisal Bahari dan Jafar Basalamah (2019) dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya Pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar” yang menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah yang

diuji secara parsial dengan taraf nilai dari thitung sebesar 4,219 dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05.

Hal tersebut menjelaskan bahwa Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipresepsikan baik dan memuaskan, begitupun sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas layanan dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten. Oleh karenanya penting bagi Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal untuk memberikan layanan yang berkualitas.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil Uji-f (Simultan) yang telah dilakukan dengan menggunakan variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil fhitung sebesar $21,619 > 3,091$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_03 ditolak dan H_{a3} diterima yang berarti variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang positif secara simultan yang diuji melalui Uji-f terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal. Berdasarkan hasil koefisien determinasi nilai R Square yang didapat peneliti adalah sebesar 0,311 atau 31,1% dengan sisanya sebesar 68,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini atau diluar dari variabel kualitas produk dan kualitas layanan serta variabel kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal Palembang”. Maka dapat ditarik kesimpulan hasil jawaban dari rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas produk (X1) terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis yang sudah diuji dengan menggunakan uji-t (parsial). Bahwa variabel kualitas produk pada hasil thitung $>$ ttabel. Dari pengaruh positif pada variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas layanan (X2) terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis yang sudah diuji dengan menggunakan uji-t (parsial). Bahwa variabel kualitas layanan pada hasil thitung $>$ ttabel. Dari pengaruh positif pada variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis yang sudah diuji dengan menggunakan uji-t (parsial). Dari pengaruh positif pada variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal Palembang untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk BSI Tabungan Easy Wadiah baik itu dari segi fitur maupun keunggulan pada produk tersebut dan perlu juga meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa dari Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal.
2. Kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Simpang Patal diharapkan skripsi ini dapat membantu memberikan informasi terkait kualitas produk dan layanan yg diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia kepada nasabah-nasabahnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil yang telah didapatkan dari penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebaiknya untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat menghasilkan kepuasan nasabah terhadap produk BSI Tabungan Easy Wadiah agar lebih luas dan mengembangkan cakupan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.155>
- Budiningsih, S., & Primadhita, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2).
- Handayani, S. L., & Syarifudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Transportasi Gojek. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 298–313.
- I.G.P. Asto Buditjahjanto. (2020). Analisis Layanan Sistem Informasi Akademik Perguruan Tinggi Berbasis Fuzzy Service Quality. *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, 9(3), 225–232.
- Jaka, A. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2(1).
- Maleha, N. Y., & Choiriyah, C. (2018). Sosialisasi Pengenalan Lembaga Keuangan Konvensional Dan Syariah Di SMA Adabiyah Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(1), 11–18.
- Nafisah, S., & Indra, A. P. (2022). Minat Nasabah Terhadap Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Marelan. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 3(1).
- Purnama, B. (2022). Efektivitas Sistem Face to Face Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah yang Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Panorama Kota Bengkulu). *Skripsi*.

- Purwaningsih, H. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul). *Skripsi*.
- Rinaldi, S. F., & Mujiyanto, B. (2017). *Metodologi Penelitian Dan Statistik*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Yulyani, D., Setiawan, H. B., & Saprida. (2023). Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tahu (Studi Kasus UMKM Tahu Pak Puspo Di Desa Sukajadi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(1).
- Zulkifli, R. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR.