

**Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap  
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Survei Pada  
Nasabah Bank Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**RINGKASAN SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Anang Krisna Pambudi**

**311931125**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASA KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
2021**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**MINAT MEMGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH**  
(Survei Pada Nasabah Bank Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ANANG KRISNA PAMBUDI**

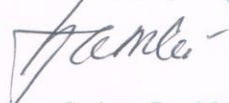
**No Induk Mahasiswa: 311931125**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 22 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

**Susunan Tim Penguji:**

Penabimbing



Bambang Suropto, Dr., M.Si., Ak., CA.

Penguji



Atika Jauharita Hatta, Dr., M.Si., Ak.

Yogyakarta, 22 September 2021  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



  
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta dan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian survei. Selain itu peneliti harus mencari sumber informasi dari lapangan segala informasi. Penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Juni 2021. Sampel pada penelitian ini adalah 97 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada nasabah bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada nasabah bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Minat Menggunakan Produk, Bank Syariah*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada dasarnya, bentuk-bentuk produk penghimpunan dana yang ada pada bank konvensional maupun bank syariah adalah sama. Bank konvensional maupun bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, dan deposito. Produk penyaluran dana pada bank konvensional disebut dengan kredit, sedangkan produk penyaluran dana pada bank syariah disebut dengan pembiayaan.

Adapun produk-produk pembiayaan yang ada pada bank syariah yaitu pembiayaan berdasarkan akad jual beli, pembiayaan berdasarkan akad sewa-menyewa, pembiayaan berdasarkan akad bagi hasil, dan pembiayaan berdasarkan akad pinjam-meminjam yang bersifat sosial. Pada dasarnya, bentuk-bentuk produk pelayanan jasa perbankan yang ada pada bank konvensional maupun bank syariah adalah sama, sedangkan yang membedakannya terletak pada akad yang ada di bank syariah, yaitu *hawalah*, *kafalah*, *wakalah*, *rahn*, dan *sharf* (Fatriani, 2018).

Perbankan syariah sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengusung konsep pelanggan sentris diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya di bidang layanan transaksi keuangan. Salah satu upaya perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut dapat dimulai dari proses melihat atau

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengidentifikasi terlebih dahulu jenis produk atau jasa seperti apa yang dibutuhkan oleh nasabah yaitu dengan melakukan identifikasi terhadap perilaku konsumen, karena perilaku antar konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa berbeda satu sama lainnya (Temporal dan Trott, 2002: 48).

Ketika perbankan syariah telah mengidentifikasi apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh nasabah, selanjutnya bank syariah harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar terciptanya kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah kepada nasabah nantinya akan dinilai sendiri oleh nasabah apakah sudah baik atau belum. Nasabah akan membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan pengalaman yang diterima dari produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, kepuasan nasabah akan tercipta jika bank syariah dapat memberikan lebih dari apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh nasabah ataupun sama dengan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Jika *perceived performance* (pelayanan yang diterima) melebihi *expectations* (ekspektasi) maka konsumen atau nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya, *perceived performance* jauh atau rendah dari *expectations* maka nasabah akan merasa tidak puas (Tjiptono, 1997:23). Apabila pelayanan yang diterima nasabah tidak baik maka kualitas pelayanan bank syariah tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang kurang baik. Pada intinya adalah jika kualitas pelayanan yang didapatkan oleh nasabah memuaskan, maka mereka akan beminat menjadi nasabah bank syariah. Salah satunya adalah minat untuk menggunakan produk.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan adalah kualitas produk. Payne dalam Lupiyoadi (2009) menguraikan bahwa kualitas produk yang maksimal adalah senjata dari lembaga keuangan untuk tetap bisa bersaing dan bertahan di dalam ketatnya persaingan. Pada intinya kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk yang dapat ditawarkan untuk memuaskan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta).”**

Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari produk, harga, tempat, distribusi, orang dan pelayanan, dan juga tempat. Peneliti memilih dua aspek, yaitu layanan dan produk untuk diteliti pada penelitian ini karena bank syariah adalah lembaga yang memberikan jasa, sehingga pelayanan dan produk menjadi aspek krusial dalam menarik minat pelanggan.

Syairozi (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di bank syariah. Sedangkan Mawaddah (2016) juga menemukan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BNI Syariah.

Terdapat beberapa penelitian serupa yang telah dilakukan, tetapi sejauh pengetahuan peneliti, belum ada yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat menggunakan produk bank

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah terletak pada bank syariah. Penelitian ini meneliti responden bank syariah secara umum dan bukan hanya nasabah pada satu bank syariah.

## 1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta?

## 1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

### 2. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat dalam memahami pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat menggunakan produk pada nasabah bank syariah.

### 3. Bagi Bank Syariah

Bagi bank syariah penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan dan juga sebagai masukan dalam usaha meningkatkan pelayanan dan kesejahteraan kepada nasabahnya.

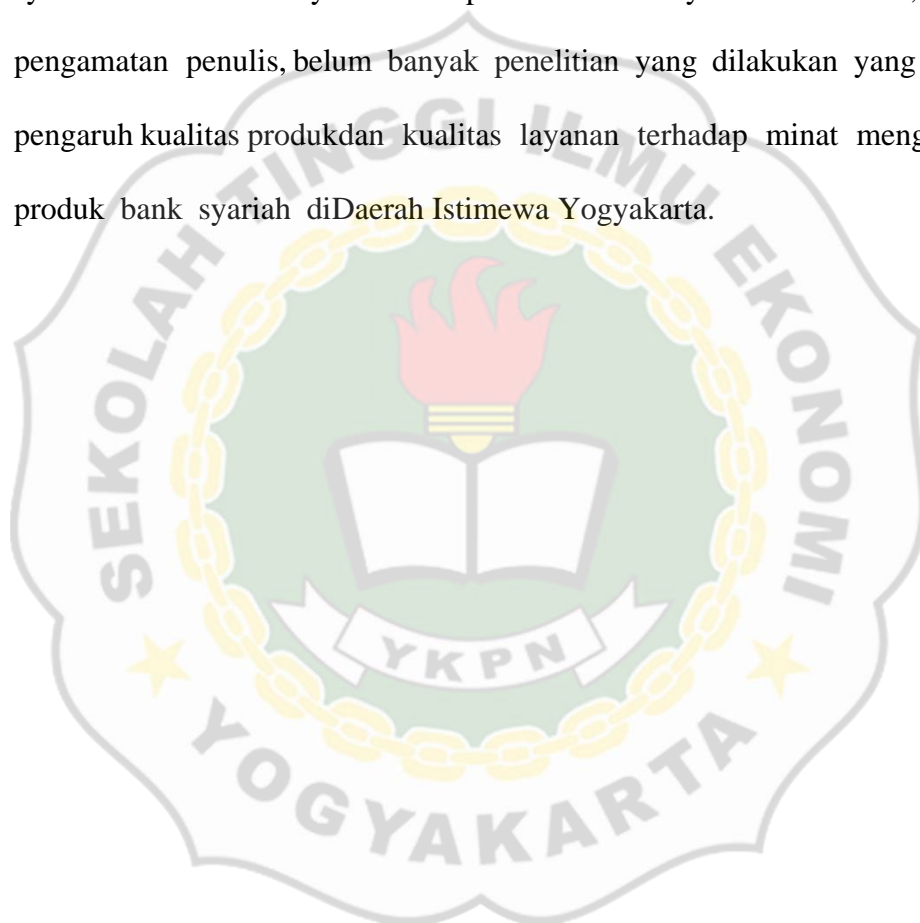
## 1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat menggunakan produk pada bank syariah. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu meneliti lembaga keuangan syariah bank di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini adalah penelitian dari Fitriya Dini Qoyyimah (2018) yang berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Menggunakan Produk dengan Kepercayaan*



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

*Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Purwodadi).* Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada jenis bank syariah. Penelitian ini meneliti responden semua bank syariah dan bukan hanya nasabah pada satu bank syariah. Selain itu, menurut pengamatan penulis, belum banyak penelitian yang dilakukan yang meneliti pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PEMBAHASAN

### **1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pada nasabah bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisyah (2013), Cahyani dan Sendhang (2013), Sumantri (2014), Ariyani (2015), Ardhiyanti (2016), Kanzu dan Soesanto (2016) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian Sunarsih dan Wulandari (2014) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT Bank Muamalat Indonesia.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Sehingga ketika kualitas pelayanan diberikan secara baik maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Dan sebaliknya, ketika pelayanan dipersepsikan buruk oleh konsumen maka minat beli konsumen juga akan menurun (Tjiptono, 2010).

## **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk pada nasabah bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

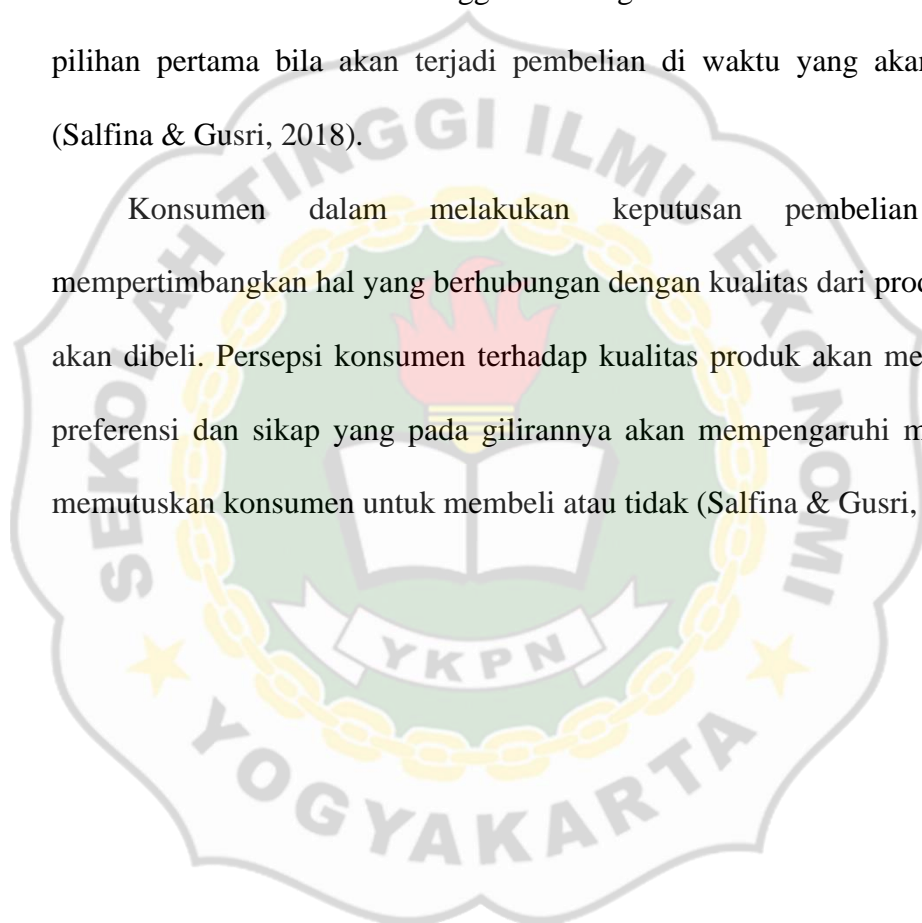
Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hanafi (2007), Trisnadi dan Ngadino (2013) Rahmawathy (2014), Wahab (2013) dan Sumantri (2014) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat nasabah. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian Muasyaroh (2014) dan Muhyidin (2017) yang mengatakan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat.

Menurut Simamora dan Hamka dalam Utami (2016), minat beli suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diinginkan dengan kemampuan untuk membeli produk. Jika pelayanan yang didapatkan oleh konsumen itu baik, maka akan menarik konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa. Sebagaimana yang dikemukakan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

oleh Suwarni (2014) sebagaimana dikutip oleh Bantu Tampubolon dan Marta Purba (2017), bahwa kemampuan produk untuk memberikan layanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bila akan terjadi pembelian di waktu yang akan datang (Salfina & Gusri, 2018).

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian selalu mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dari produk yang akan dibeli. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi minat dan memutuskan konsumen untuk membeli atau tidak (Salfina & Gusri, 2018).



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Haq & Kalamika. 2016. *Kesejahteraan Nasabah Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Preferensi Nilai Islam, Kalkulasi Sarana, dan Tujuan)*. Jurnal Manajemen Dakwah Vol.2 No.2 2016.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Muhammad Djawis et al. 2016. *Sistem Bank Irba': Shahih dan Menguntungkan*. Yogyakarta: Bank Islam Institute
- Antonio, Muhammad Syafii. 2002. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insansi Press, 2002.
- Wasana, Jaka. 1991. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jilid 1 (Ed. Ke-6, Jilid 1).
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia Institute.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 & 2. Jakarta : Erlangga.
- Mariimin. 2015. *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal STTE.
- Temporal, Paul dan Martin Trott. 2002. *Romancing The Customer: Memaksimalkan nilai merek melalui relationship management dialih bahasakan oleh Kusnandar . Ed. 1 Jakarta : Salemba Empat*.
- Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono. 2011. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Principles Of Marketing (11thed)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Ghozali, Imam 2011. *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan,

**PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**



[repository.stieykpn.ac.id](http://repository.stieykpn.ac.id)