



**PENGARUH FITUR PRODUK TABUNGAN MUAMALAT
PRIMA iB TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

CHAIRUL ANANDA N. HARAHAHAP
NIM. 11 220 0048

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PADANGSIDIMPUAN

2015



**PENGARUH FITUR PRODUK TABUNGAN MUAMALAT
PRIMA iB TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
KANTOR CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

CHAIRUL ANANDA N. HARAHAPE
NIM. 11 220 0048

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PADANGSIDIMPUAN

2015

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHAIRUL ANANDA N. HARAHAHAP
NIM : 11 220 0048
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul skripsi : **Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 3 Tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, Agustus 2015
Saya yang menyatakan

CHAIRUL ANANDA N. HARAHAHAP
NIM. 11 220 0048

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH**

Nama : Chairul Ananda N. Harahap
NIM : 11 220 0048
Judul : Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Ketua

Sekretaris

Ikhwanuddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Anggota

1. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

2. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004

3. Budi Gautama Siregar, S. Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

4. Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 005

Dilaksanakan:

Di : Padangsidempuan
Tanggal/ Pukul : 14 Nopember 2015/ 09.00 WIB S/d Selesai
Hasil/ Nilai : 70, 12 (B)
Indeks Prstasi Kumulatif (IPK) : 3,18
Predikat : Amat Baik



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin, Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. 0634 - 22080, Fax. 0634 – 24022

PENGESAHAN

JUDUL : **PENGARUH FITUR PRODUK TABUNGAN**
SKRIPSI : **MUAMALAT PRIMA iB TERHADAP LOYALITAS**
NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA, Tbk KANTOR CABANG
PADANGSIDIMPUAN

NIM : **CHAIRUL ANANDA N. HARAHAAP**
NIM : **11 220 0048**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
Dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidempuan, Nopember 2015
Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : Chairul Ananda N. Harahap
NIM : 11 220 0048
Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah 1
Kata Kunci : Fitur, Produk, Tabungan Muamalat Prima iB, dan Loyalitas Nasabah

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah tabungan muamalat prima iB periode Januari 2012 sampai dengan periode Juli 2015 sebesar 232 orang dengan jumlah nasabah aktif berjumlah 173 orang dan nasabah yang tidak aktif berjumlah 59 orang. Dari latar belakang masalah tersebut diambil judul “Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Rumusan masalahnya adalah apakah Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan .

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan produk, loyalitas nasabah dan tabungan.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, dan instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kemudian sampel diperoleh sebesar 35 orang dari populasi sebesar 232 orang. Pengolahan data dilakukan pada program SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel fitur produk dengan variabel loyalitas nasabah dengan diperoleh korelasi sederhana (r) sebesar 0,668 dan sumbangan variabel fitur produk terhadap variabel loyalitas nasabah sebesar 44,7%. Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es
ص	šad	š	es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	.. ’ ..	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.



a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	a	a
	kasrah	i	i
	ḍommah	u	u


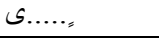
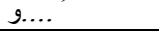
b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	ai	a dan i
	fathah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ل . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Halaman
PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH	
PEDOMAN TRASLITERASI.....	
ABSTRAK.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Batasan Masalah.....	9
E. Kajian Terdahulu.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Defenisi Kewenangan.....	13
B. Defenisi Anak Angkat Menurut Kompilasi Hukum Islam.....	15
1. Defenisi Anak Angkat.....	15
2. Sejarah pengangkatan Anak Angkat.....	19
3. Hukum Pengangkatan Anak Angkat.....	20
4. Tujuan dan Macam-Macam Pengangkatan Anak Angkat....	22
5. Tata cara Pengangkatan Anak Angkat.....	23
6. Syarat-syarat Calon Orang Tua Angkat dan Anak Angkat...25	
C. Pengertian Ahli Waris.....	25
D. Pengertian Pewaris.....	27
E. Pengertian Wrisan.....	27

F. Rukun Waris.....	30
G. Syarat Mawaris.....	30
H. Penghalang-Penghalang Mewarisi.....	32
I. Asas Hukum Kewarisan.....	33
J. Bagian Harta Warisan Anak Angkat Menurut kompilasi Hukum Islam.....	37
1. Bagian Harta Warisan Anak Angkat.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Sumber Data Penelitian.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	41
G. Subjek Penelitian dan Informasi Penelitian.....	42
H. Teknik Keabsahan Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	44
1. Gambaran umum Lokasi Penelitian.....	45
a. Sekilas Sejarah Desa Tobing Jae Kecamatan Huristak.....	44
b. Lokasi Penelitian.....	45
c. Keadaan Penduduk.....	45
d. Mata pecaharian Penduduk.....	46
e. Agama dan pendidikan Penduduk.....	47
B. Hasil Temuan Umum.....	49
1. Kewenangan Ahli Waris Dalam Menentukan Bagian Anak Angkat diDesa Tobing Jae Kecamatan Huristak Kabupaten Padang Lawas.....	49
2. Ahli Waris dan Bagian-Bagiannya.....	57
3. Kewarisan Anak Angkat di Desa Tobing Jae.....	60
4. Alasan Anak Angkat Mendapat Warisan.....	63
C. Analisis Hasil Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 : Keadaan Penduduk Desa Tanjung Mompang Berdasarkan Tingkat Usia..... 41
2. Tabel 2 : Keadaan Mata Pencaharian Penduduk Desa Tanjung Mompang.....42
3. Tabel 3 : Keadaan Penduduk Desa Tanjung Mompang Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Diperkirakan untuk masa mendatang peranan perbankan dalam aktivitas perekonomian global akan makin dibutuhkan.

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.¹ Kemudian menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Di Indonesia, ada dua jenis bank yang beroperasi yaitu bank yang menggunakan prinsip berdasarkan konvensional dan bank yang menggunakan prinsip berdasarkan syariah. Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 2

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 11

berkekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.³

Perbankan syariah muncul di Indonesia ditengah sengitnya persaingan bisnis perbankan yang telah lama didominasi perbankan konvensional. Dalam kondisi ini, setiap bank berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai produk. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar. Secara umum produk yang dihasilkan sebuah perusahaan ada 2 jenis yaitu produk berwujud (*tangible*), biasanya produk manufaktur, dan produk tak berwujud (*intangible*) yang biasanya berupa jasa (*service*). Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh nasabah.⁴

Produk yang ditawarkan haruslah mempunyai perbedaan dengan produk pesaing, agar nasabah dapat melihat secara langsung kelebihan dari suatu produk bank. Perbedaan itu bisa saja dengan nama produk, fitur produk dan kemasan produk. Dari beberapa produk dan jasa yang disediakan oleh bank syariah, nasabah bisa memilih produk dan jasa yang bisa dipakai sesuai dengan kebutuhan, nasabah bisa menggunakan produk tabungan, giro dan deposito. Sehubungan dengan hal diatas PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan berusaha untuk memikat calon nasabah dengan menawarkan berbagai macam produk tabungan antara lain adalah Tabungan Muamalat Prima iB, Tabungan Muamalat Rencana, Tabungan Muamalat Umrah, Tabungan Haji

³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2010), hlm. 123

Arafah, Tabungan Haji Arafah Dollar, Tabungan Muamalat Dollar, Tabungan Muamalat Sahabat, dan TabunganKu.

Salah satu produk tabungan spesifik PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan adalah Produk Tabungan Muamalat Prima iB yaitu simpanan yang berdasarkan akad tabungan *muḍārabah mutlaqah*. Dimana semua orang bisa menikmati hasil semaksimal deposito dengan kenyamanan sebesar tabungan. Tabungan Muamalat Prima iB dipersembahkan bagi nasabah yang mendambakan hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi. Disamping itu, Tabungan Muamalat Prima iB ini juga memiliki nisbah bagi hasil, penarikan tabungan ini juga bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Berbagai keunggulan Tabungan Muamalat Prima iB lengkap & nyaman serta menguntungkan. Tabungan ini dilayani semua Kantor Cabang Bank Muamalat Indonesia, Tbk termasuk di Kantor Cabang Padangsidempuan.

Tabungan Muamalat Prima iB mempunyai keistimewaan dibandingkan dengan tabungan yang lain yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan. Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.⁵ Fitur Tabungan Muamalat Prima iB adalah menggunakan akad *muḍārabah mutlaqah*, setoran awal untuk perorangan sebesar Rp 5.000.000, dan setoran untuk non perorangan sebesar Rp 25.000.000,

⁵ Jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-defenisi-klasifikasi-dimensi_30.html, tgl 20 Maret 2015, Pukul 10.20 WIB.

kemudian saldo minimum tabungan sebesar Rp 50.000 dan diperbolehkan menggunakan QQ & Joint Account.

Dari data yang diperoleh pada periode Januari 2012 sampai dengan Juli 2015, nasabah yang pernah menabung pada Tabungan Muamalat Prima iB berjumlah 232 orang, rekening yang masih aktif berjumlah 173 rekening, sisanya 59 rekening sudah ditutup dan pasif

Keadaan rekening Tabungan Muamalat Prima iB PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan (periode Januari 2012 s/d Juli 2015)

Total pembukaan rekening	Rekening pasif dan penutupan rekening	Persentase rekening pasif dan tutup
232	59	25,43 %

Tabel diatas menggambarkan bahwa jumlah nasabah yang menutup rekening Tabungan Muamalat Prima iB cukup tinggi yaitu sebanyak 25,43%. Total ini menunjukkan ada sebanyak 25,43% nasabah yang tidak loyal terhadap produk Tabungan Muamalat Prima iB di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.⁶

Menurut Yunita Miftakhul Ustantina dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di bank syariah adalah produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah.⁷

Loyalitas adalah perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali dan bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan

⁶ Zakia Khoiriyah, *Wawancara*, tanggal 22 Juni 2015, Pukul 15.00 WIB

⁷Yunita Miftakhul Ustantina, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Dibank Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)", (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2012), hlm. 81

perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan.⁸

Dalam era perdagangan bebas, setiap bank syariah menghadapi persaingan yang ketat yang menyebabkan bank syariah untuk selalu memerhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan fitur suatu produk dan pelayanan yang lebih memuaskan nasabah dibandingkan oleh pesaing.

Karena kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh persepsi nasabah tentang kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.⁹

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk mengungkap pengaruh faktor produk, dalam hal ini fitur produk, terhadap tingkat loyalitas nasabah dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan penulis diatas. Maka, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Padangsidimpuan.

⁸ Jill Griffin, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31

⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 85

2. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Padangsidimpuan.
3. Pengaruh fitur produk Tabungan Muamalat Prima iB terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Padangsidimpuan.
4. Pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Padangsidimpuan

C. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak meluas dan lebih fokus dalam membahas topik penelitian maka penelitian ini dibatasi hanya berfokus pada pengaruh Produk Tabungan Muamalat Prima iB terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan. Alasan lainnya adalah keterbatasan dana, waktu, serta ilmu yang dimiliki peneliti.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel yang ditentukan dalam penelitian ini untuk menjelaskan masing-masing keterangan variabel yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel I. 1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian variabel	Indikator	Skala
1	Fitur Produk (X)	Fitur Produk adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.	1. Akad 2. Setoran awal 3. Saldo 4. Keistimewaan	Likert

2	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas Nasabah adalah perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali dan bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan.	1. Kebutuhan. 2. Rasa nyaman. 3. Rekomendasi. 4. Kesetiaan. 5. Loyal	Likert
---	-----------------------	---	--	--------

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah apakah Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia , Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia , Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang ilmu perbankan syariah, khususnya tentang fitur produk dan loyalitas nasabah.

2. Bagi Dunia Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk memperkaya khazanah keilmuan dan pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI) IAIN Padangsidempuan.

3. Bagi Manajemen Perusahaan

Sebagai masukan dalam perbaikan pelayanan kepada nasabah untuk kemajuan perusahaan ini di kemudian hari.

4. Bagi Peneliti Lain

Skripsi ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang sama.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Melayu S.P. Hasibuan “Bank adalah lembaga keuangan berarti bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (financial assets) serta bermotifkan profit dan juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.”¹²

Menurut Ahmad Rodoni “Bank syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syari’ah.”¹³

Menurut Andri Soemitro bank syariah adalah “bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)”.¹⁴

Dari pengertian bank syariah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat sesuai dengan prinsip syari’ah.

2. ¹² Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm.

¹³ Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), hlm. 14.

¹⁴ Andri Soemitro, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 61.

b. Bentuk-bentuk Produk Bank Syariah

Berawal dari produk perbankan syariah saat ini kaum muslimin Indonesia sudah dapat berinvestasi lewat berbagai bentuk investasi secara syariah baru diantaranya akan diuraikan secara umum sebagai berikut:

1) Pasar modal

Jika investor ingin berinvestasi secara syariah di bursa saham saat ini ada dua cara yang bisa ditempuh. Pertama, membuat portofolio tersendiri dengan mengacu pada daftar saham halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Kedua, lewat reksadana syariah.

2) Reksadana syariah

Dalam reksadana syariah manajer investasi akan menanamkan dananya pada saham yang halal. Investor diperkenalkan pada investasi riil bukan yang spekulatif. Reksadana syariah dimaksud walaupun dilakukan secara syariah resiko rugi tetap ada, itulah sebabnya investor harus memperhatikan betul tingkat resiko masing-masing reksadana.

3) Pasar uang dan produk perbankan syariah

Pasar modal merupakan salah satu investasi yang dilakukan di pasar uang berdasarkan Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI).

4) Asuransi dan dana pensiun syariah

Di Indonesia baru ada satu dana pensiun syariah yaitu, dana pensiun syariah yang dikeluarkan PT. Principal Indonesia. Dana pensiun syariah dimaksud mempunyai pola yang serupa dengan pola tabungan.

5) Gadai syariah

Gadai syariah (*rahn*) adalah salah satu cara untuk memperoleh uang melalui kantor pegadaian syariah. Gadai syariah adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas utang atau pinjaman yang diperoleh dari kantor pegadaian syariah.¹⁵

2. Fitur

a. Pengertian Fitur

Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.¹⁶

Menurut Yesi Elsandra dan Efriyuzal fitur produk merupakan “alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Menjadi produsen yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing”.¹⁷

Fitur adalah alat persaingan untuk membedakan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.¹⁸

¹⁵Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 21-23.

¹⁶Jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-defenisi-klasifikasi-dimensi_30.Html, diakses Tanggal 20 Maret 2015, Pukul 10.20 WIB.

¹⁷Yesi Elsandra dan Efriyuzal, “Pengaruh Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, (Skripsi: STIE Haji Agus Salim Bukittinggi, 2013), hlm.142.

¹⁸<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-dan-manfaat-atributproduk.html?m=1>, diakses Tanggal 6 November 2015, Pukul 20.00 WIB.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa fitur adalah karakteristik produk yang menjadi keistimewaan suatu produk dan menjadi pembeda produk perusahaan dari produk pesaing.

b. Unsur-Unsur Dalam Fitur Produk

Produk memiliki atribut yang berfungsi sebagai pembeda dan cirinya yang terdiri dari fitur, kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan yang dipandang penting oleh nasabah serta dijadikan bahan pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan dan pembelian. Bank mempunyai tugas untuk memperhatikan dan mengevaluasi fitur produk yang ditawarkan, apakah fitur produk dari produk tersebut sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah atau belum. Adapun unsur-unsur dalam fitur produk adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak mengandung unsur riba.

Riba merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah (bathil). Antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas dan waktu penyerahan.

- 2) Hasil investasi dibagi menurut sistem bagi hasil.

Suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana.

- 3) Menghindari unsur *maisir* (judi).

Maisir merupakan transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.

4) Melakukan investasi yang halal.

Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam islam. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh Perbankan Syariah.

5) Melakukan aktivitas sesuai dengan syariah.

Bank syariah melakukan kegiatan perbankan dengan menggunakan profit dan falah (mencari kemakmuran didunia dan akhirat).¹⁹

c. Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB

- 1) Akad Produk Tabungan Muamalat Prima iB = *Muḍārabah Mutlaqah*
- 2) Setoran Awal untuk Perorangan = Rp 5.000.000,-
- 3) Setoran Awal untuk Non Perorangan = Rp 25.000.000,-
- 4) Saldo Minimum = Rp 50.000,-
- 5) Penggunaan QQ & Joint Account = Diperbolehkan
- 6) Adanya mobil *branch* keliling yang disediakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan.
- 7) Jaringan ATM Gold yang luas dan banyak.²⁰

3. Produk

a. Pengertian Produk

Menurut Kasmir pengertian produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan

¹⁹ Eko Rudianto, "Pengaruh Atribut Produk Tabungan Batara iB Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang", (Skripsi: IAIN Walisongo Semarang, 2011), hlm. 13-15.

²⁰ www.muamalatbank.co.id, diakses Tanggal 13 Oktober 2015, Pukul 11.00 WIB.

pelanggan.²¹ Artinya apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.²²

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah baik berupa produk atau jasa yang bisa memenuhi keinginan nasabah.

b. Jenis-Jenis Produk Bank Muamalat

Jenis-jenis produk bank muamalat terdiri dari penghimpun dana (pendanaan) dan penyaluran dana (pembiayaan) adalah sebagai berikut:

1) Penghimpun Dana (Pendanaan)

a) Giro Ultima

Giro syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang memudahkan semua jenis kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi keuangan personal Nasabah. Giro ini diperuntukan perorangan dengan usia 18 tahun ke atas.

b) Giro *Attijary*

Giro syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang memudahkan dan membantu semua jenis kebutuhan transaksi bisnis perusahaan Nasabah. Giro ini diperuntukan bagi institusi yang memiliki legalitas badan.

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 186.

²² *Ibid.*, hlm. 186.

c) Tabungan Muamalat

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan muamalat kini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu Kartu Shar-E Reguler dan Shar-E Gold.

d) Tabungan Muamalat Dollar

Tabungan dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) bertujuan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam.

e) Tabungan Haji Arafah

Tabungan haji dalam mata uang Rupiah dan valuta asing US Dollar yang dikhususkan bagi Nasabah masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah Haji.

f) Tabungan iB Muamalat Rencana

Tabungan iB Muamalat Rencana merupakan tabungan berjangka dalam mata uang Rupiah, memiliki setoran rutin bulanan dan tidak bisa ditarik sebelum jangka waktu berakhir kecuali penutupan rekening serta pencairan dana hanya bisa dilakukan ke rekening sumber dana. Tabungan iB Muamalat Rencana dapat membantu mewujudkan berbagai rencana Nasabah.

g) Tabungan Muamalat Umrah

Tabungan Muamalat Umroh merupakan tabungan berencana dalam mata uang Rupiah yang akan membantu Nasabah mewujudkan impian untuk berangkat beribadah Umroh.

h) TabunganKu

Tabungan syariah dalam mata uang Rupiah yang sangat terjangkau bagi Nasabah dari semua kalangan masyarakat.

i) Tabungan iB Muamalat Prima

Tabungan iB Muamalat Prima merupakan tabungan prioritas yang didesain bagi Nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi.

j) Deposito *Muḍārabah*

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Nasabah.

k) Deposito *Fulinves*

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis bagi Nasabah.

l) Dana Pensiun Muamalat

Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat dapat diikuti oleh Nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan pilihan usia pensiun dan iuran pensiun yang terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000,- (dua puluh ribu rupiah) per bulan dan pembayarannya dapat

didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat atau dapat ditransfer dari bank lain.

2) Penyaluran Dana (Pembiayaan)

a) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu Nasabah untuk memiliki rumah/apartemen (*indent/ready stock*) maupun second. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan take over KPR dari bank lain, pembangunan, dan renovasi rumah tinggal. Diperuntukan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia minimal 21 tahun atau maksimal 55 tahun untuk karyawan, dan 60 tahun untuk wiraswasta atau profesional pada saat jatuh tempo pembiayaan.

b) Muamalat Umroh

Fasilitas bagi para Nasabah dengan tujuan membiayai perjalanan ibadah umroh. Diperuntukan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia

c) iB Properti Bisnis Muamalat

iB Properti Bisnis Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha Nasabah untuk membeli, membangun, ataupun merenovasi properti maupun pengalihan take-over pembiayaan properti dari bank lain untuk kebutuhan bisnis Nasabah. Diperuntukan bagi perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas di Indonesia.²³

²³ www.Muamalatbank.co.id, di akses tanggal 07 November 2015 pukul 14.00 WIB.

4. Tabungan

a. Pengertian Tabungan

Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso pengertian tabungan adalah “Simpanan yang hanya penarikannya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati, dan tidak dengan cek atau bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengan itu”.²⁴

Menurut Undang-Undang Perbankan No 10 tahun 1998 pengertian tabungan adalah “Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan di rekening antar suatu bank dengan bank lainnya, tergantung dari bank yang mengeluarkannya.²⁵

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian tabungan adalah simpanan yang penarikannya menurut kesepakatan tertentu dan tidak bisa ditarik menggunakan giro atau bilyet giro.

b. Jenis-jenis Tabungan *Syari'ah*

Adapun jenis-jenis tabungan berdasarkan prinsip syariah dibagi dua yaitu tabungan *wadi'ah* dan tabungan *muḍārabah*ialah sebagai berikut:

²⁴ Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 98.

²⁵ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 84.

- 1) Tabungan *Wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah* yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.²⁶
- 2) Tabungan *Muḍārabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *muḍārabah mutlaqah*.²⁷ Adapun jenis-jenis *Al- Muḍārabah* antara lain sebagai berikut:

- a) *Muḍārabah Mutlaqah*

Muḍārabah mutlaqah merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu *shahibul maal* dan *muḍarib* yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *muḍarib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah.

- b) *Muḍārabah Muqayyadah*

Muḍārabah muqayyadah merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*muḍarib*).²⁸

c. Sifat-Sifat Tabungan *Muḍārabah*

- 1) Tabungan *muḍārabah* (TABAH) adalah simpanan pihak ketiga di Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian.
- 2) Dalam hal ini Bank Syariah bertindak sebagai *muḍarib* dan deposan bertindak sebagai *shahibul al mal*.

²⁶Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 345.

²⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 89.

²⁸*Ibid.*, hlm. 86-87.

- 3) Bank sebagai *muḍārib* akan membagi keuntungan kepada shahib al mal sesuai dengan nisbah yang telah disetujui bersama. Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tersebut.²⁹

d. Sistem *Muḍārabah*

Adapun sistem *muḍārabah* dalam perbankan syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Didalam praktik perjanjian dilaksanakan dalam bentuk perjanjian baku (standard contract). Hal ini bersifat membatasi atas kebebasan kontrak. Adanya pembatasan dimaksud berkaitan dengan kepentingan umum agar perjanjian baku itu di atur dalam Undang-undang.
- 2) Bentuk akad produk tabungan *muḍārabah* di bank syariah dimaksud dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis yang disebut perjanjian bagi hasil.
- 3) Dalam perjanjian tertulis akad perjanjian tabungan *muḍārabah* disebutkan nisbah bagi hasil pemilik dana (*shahibul mal*) dan untuk pengelola dana (*muḍārib*). Nisbah bagi hasil ini berlaku sampai berakhirnya perjanjian. Perjanjian ini mengikat dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dengan syarat-syarat dan ketentuan umum.
- 4) Pelaksanaan akad tabungan *muḍārabah* terjadi apabila ada calon nasabah yang akan menabung atau meminjam modal dari bank syariah. Dalam akad perjanjian tertulis tersebut sebelum ditandatangani oleh nasabah, penabung

²⁹ Melayu S.P Hasibuan, *Op.Cit.*, hlm. 42.

terlebih dahulu mempelajari dan apabila calon nasabah menyetujui perjanjian dimaksud, maka calon nasabah menandatangani perjanjian.

- 5) Nasabah yang meminjam uang kemudian terlambat membayar, pihak bank tidak memberi denda tetapi memberi peringatan.
- 6) Sistem amanah (kepercayaan), seseorang memperoleh kredit karena pihak bank mempunyai kepercayaan kepada peminjam.³⁰

e. Dasar Hukum

1) Al-Qur'an

Ayat-ayat yang berkenaan mengenai muḍārabah adalah sebagai berikut:

وَلَا مِّنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لِعَمَلِهِمُ الْمُؤْمِنِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas suka sama suka di antara kamu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”.(Q. S. An-Nisa : 29)³¹

وَأَنْتُمْ الصَّيْدُ مُحَلِّي غَيْرِ عَلَيْكُمْ يُتَلَى مَا إِلَّا الْأَنْعَامِ هَيْمَةً لَكُمْ أَحَلَّتْ بِالْعُقُودِ أَوْ فَوَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يَتَأْتِيهَا
 يُرِيدُ مَا نَحْكُمُ اللَّهُ إِنْ حُرْم

³⁰ Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 45.

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Syaamil AlQur'an, 2005), hlm. 83.

Artinya :

“Wahai orang-orang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”. (Q.S. AL-Maidah : 1)³²

2) As-Sunnah

Diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Shuhaib bah Nabi Saw.

bersabda:

ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ الْبَيْعُ إِلَىٰ أَجَلٍ وَالْمَقَا رَضَهُ وَخَلَطَ الْبُرَّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ وَلَا
لِلْبَيْعِ

Artinya:

“Ada tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkahan: menjual dengan pembayaran secara tangguh, muqharadah (nama lain dari muḍārabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan tidak untuk dijual” (HR. Ibnu Majah).³³

Dari Al-Qur'an dan As-Sunnah diatas dapat diambil kesimpulan setiap orang diperbolehkan memberikan modal kepada orang yang membutuhkan, penuhi janji-janjimu, hutang harus segera dibayar, diperbolehkannya jual-beli sesuai dengan syari'ah Islam.

5. Tabungan Muamalat Prima iB

Tabungan muamalat prima iB merupakan tabungan prioritas yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan

³² *Ibid.*, hlm. 106.

³³ Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Ibnu Majah, *Sunan ibnu Majah*, (Semarang: CV. Asy Syifa, 1993), Juz 3, hlm. 121-122.

bertransaksi.³⁴ Berbagai keunggulan Tabungan Muamalat Prima iB ialah sebagai berikut:

a. Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan penentuan besarnya rasio atau nisbah, bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung atau rugi.³⁵ Bagi hasil merupakan suatu bentuk skema pembiayaan alternatif yang sangat memiliki karakteristik, yang sangat berbeda dibandingkan bunga. Skema ini berupa pembagian atas hasil usaha yang dibiayai dengan pembiayaan.

Nisbah yang kompetitif Tabungan Muamalat Prima iB

Saldo Rata-Rata (SRR)	Nisbah (Nasabah : Bank)	Waad Tambahan Nisbah	Total Nisbah Nasabah
<Rp 25.000.000	5% : 95 %	0%	5%
Rp 25.000.000-Rp 49.999.999		5%	10%
Rp50.000.000-Rp 99.999.999		35%	40%
Rp100.000.000-Rp250.000.000		52%	57%
>Rp 250.000.000		57%	62%

b. Menguntungkan

Menguntungkan adalah memberi atau menghasilkan laba.³⁶ Nasabah dapat menikmati program muamalat berbagi rezeki yang menawarkan berbagai

³⁴ www.Muamalatbank.co.id, diakses Tanggal 07 November 2015, Pukul 13.00 WIB.

³⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Tazkia Institute dan BI, 1999), hlm. 61.

³⁶ Meity Taqdir Qodratilah, *Kamus Besar Indonesia*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011), hlm. 593.

keuntungan sepanjang tahun seperti mendapatkan hadiah, subsidi biaya transaksi *electronic banking* dan subsidi belanja dengan kartu debit bank muamalat.

c. Lengkap dan Nyaman

Lengkap adalah semuanya ada atau tidak ada yang kurang.³⁷ Dilengkapi dengan Kartu Gold untuk keleluasan transaksi ATM dan pembayaran belanja di seluruh dunia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS, ATM Plus/Visa serta jaringan merchant Visa.

Nyaman adalah sehat atau segar dan merasa suasana sejuk.³⁸ Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja melalui layanan *electronic banking* Bank Muamalat (ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Phone Banking*). Fasilitas SOPP (*System OnlinePayment Point*) di kantor pos seluruh Indonesia memudahkan nasabah untuk melakukan penyetoran.

d. Kebebasan Bertransaksi

Bebas adalah tidak terhalang atau tidak terganggu. Transaksi adalah persetujuan jual beli antara dua pihak.³⁹ Kebebasan bertransaksi yaitu harus didasari prinsip suka sama suka tidak ada pihak yang terzalami. Semua orang bisa menikmati hasil semaksimal deposito dengan kenyamanan secepat tabungan. Tabungan Muamalat Prima iB dipersembahkan bagi nasabah yang mendambakan hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi.⁴⁰

³⁷ *Ibid.*, hlm. 274.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 364.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 567.

⁴⁰ www.muamalatbank.co.id, di akses tanggal 07 November 2015 pukul 14.00 WIB

6. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Menurut Kasmir Loyalitas adalah “nasabah yang kecil kemungkinan untuk pindah ke bank lain dan akan setia menjadi nasabah yang bersangkutan”.⁴¹

Menurut Jill Griffin Loyalitas adalah “perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali dan bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan”.⁴²

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah rasa kesetiaan nasabah terhadap suatu produk sehingga melakukan pembelian ulang atau tidak pindah pada produk lainnya.

b. Model Konseptual Loyalitas Pelanggan

Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang, kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman aktual. Adapun model konseptual loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kualitas dan *value* yang dirasakan

Kualitas jasa yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan mengenai superioritas atau keunggulan menyeluruh dari suatu produk. *Value*

⁴¹Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.*, hlm. 162.

⁴²Jill Griffin, *Customer Loyalty, Op. Cit.*, hlm. 31.

merupakan pertimbangan rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. *Value* yang dirasakan adalah penilaian menyeluruh terhadap kegunaan produk yang diterima dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan.

2) Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai riset pelanggan (menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan, yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi).

3) Citra Perusahaan

Literatur pemasaran menunjukkan bahwa reputasi merek didefinisikan sebagai persepsi kualitas berasosiasi dengan *brand name* dan pada tingkat perusahaan, citra didefinisikan sebagai persepsi organisasi yang direfleksikan dalam memori pelanggan. Citra merupakan persepsi *customer* terhadap produk yang ditawarkan.

4) Kesetiaan Pelanggan

Kesetiaan pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek, produk jasa, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang.⁴³

c. Jenis-Jenis Loyalitas

Ada beberapa jenis loyalitas nasabah yang ada pada umumnya yaitu sebagai berikut:

⁴³ Ali Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 99-104.

1) Tanpa Loyalitas

Untuk berbagai alasan, para pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap suatu produk atau jasa. Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

2) Loyalitas Yang Lemah

Ini adalah jenis pembelian karena pelanggan selalu menggunakannya atau karena sudah terbiasa. Faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli. Pembeli ini merasakan tingkat kepuasan tertentu dengan perusahaan, atau minimal tiada kepuasan yang nyata. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli. Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*).

3) Loyalitas Tersembunyi

Apabila sikap yang kuat disertai pola pembelian ulang yang lemah. Situasi yang menjadi perhatian besar para pemasar ini disebabkan pengaruh faktor-faktor sikap yang sama kuat atau bahkan cenderung lebih kuat dari pada faktor sikap dalam menentukan pembelian ulang. Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*).

4) Loyalitas *Premium*

Jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterkaitan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini

merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan di setiap perusahaan. Pada tingkat preferensi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.⁴⁴

d. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu, yaitu sebagai berikut:

- 1) Melakukan penggunaan secara teratur, nasabah menggunakan kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh bank.
- 2) Melakukan penggunaan antar lini produk dan jasa, nasabah melakukan penggunaan antar lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank.
- 3) Mereferensikan kepada orang lain, melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dari produk tersebut kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing, nasabah tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.⁴⁵

e. Loyalitas dan Siklus Penggunaan Produk Nasabah

Setiap kali nasabah menggunakan produk, ia bergerak melalui siklus penggunaan nasabah. Penggunaan pertama-kali akan bergerak melalui lima langkah yaitu sebagai berikut:

- 1) Kesadaran

Langkah pertama menemukan loyalitas dimulai dengan kesadaran nasabah akan produk. Pada tahap inilah anda mulai membentuk pangsa pikiran

⁴⁴Jill Griffin, *Op, Cit.*, hlm. 23

⁴⁵*Ibid.*, hlm. 33-34.

yang dibutuhkan untuk memposisikan kedalam pikiran calon nasabah bahwa produk bank tersebut lebih unggul dari produk pesaing.

2) Penggunaan Produk Awal

Penggunaan produk pertama-kali merupakan langkah penting dalam memelihara loyalitas. Penggunaan produk bank pertama-kali merupakan percobaan. Bank dapat menanamkan kesan positif atau negatif kepada nasabah dengan produk atau jasa yang diberikan, mudahnya transaksi penggunaan aktual, hubungan dengan karyawan, lingkungan fisik bank, dan cara pelayanannya. Setelah penggunaan produk pertama ini dilakukan, bank berkesempatan untuk memulai menumbuhkan nasabah yang loyal.

3) Evaluasi Pasca Penggunaan Produk

Setelah penggunaan produk dilakukan, nasabah secara sadar atau tidak sadar akan mengevaluasi manfaat atau keuntungan produk tersebut. Bila nasabah merasa tidak puas atau ketidapuasannya tidak terlalu mengecewakan sampai dapat dijadikan dasar pertimbangan beralih ke pesaing.

4) Keputusan Menggunakan Kembali Produk

Komitmen untuk menggunakan produk kembali merupakan sikap yang paling penting bagi loyalitas, bahkan lebih penting dari kepuasan. Singkatnya, tanpa pembelian berulang tidak ada loyalitas. Motivasi untuk membeli kembali berasal dari lebih tingginya sikap positif yang ditunjukkan terhadap produk dan jasa tertentu, dibanding sikap positif terhadap produk atau jasa alternatif yang potensial.

5) Penggunaan Produk Kembali

Langkah akhir dalam siklus penggunaan produk adalah penggunaan produk kembali yang aktual. Untuk dapat dianggap benar-benar loyal, nasabah harus terus menggunakan produk tersebut. Mengulangi langkah ketiga sampai langkah kelima (langkah penggunaan produk) berkali-kali. Hambatan terhadap peralihan dapat mendukung nasabah untuk menggunakan produk kembali. Nasabah yang benar-benar loyal akan menolak produk dari pesaing dan terus menggunakan produk dari bank tersebut.⁴⁶

f. Terbentuknya Loyalitas Nasabah

Upaya mempertahankan nasabah saat ini sangat penting untuk eksistensi masa depan bank. Kepuasan nasabah dan citra bank adalah dua aspek yang teruji mempertahankan nasabah. Dari sudut pandang manajerial, memahami faktor pendorong terbentuknya loyalitas nasabah secara keseluruhan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Kualitas dirasakan memiliki pengaruh positif *value*. *Value* memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi kepuasan produk merupakan fungsi langsung dari kinerja atribut produk.
- 2) Persepsi kualitas memiliki efek lebih kuat daripada *value* kepuasan nasabah untuk nasabah dengan tingkat keahlian pelayanan yang tinggi.
- 3) Citra bank memiliki pengaruh terhadap persepsi kualitas, kepuasan dan loyalitas nasabah, tetapi tidak memiliki efek signifikan terhadap *value*.

⁴⁶*Ibid.*, hlm. 18.

Meskipun citra perusahaan tidak memiliki efek langsung pada *value*, tetapi citra memiliki efek melalui persepsi kualitas.

- 4) Citra bank memiliki efek lebih kuat terhadap loyalitas nasabah dibanding kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tidak memiliki efek pada loyalitas.⁴⁷

g. Tingkatan Loyalitas

Proses seorang nasabah menjadi nasabah yang loyal terhadap perusahaan/bank terbentuk melalui beberapa tahapan. Adapun beberapa tahapan loyalitas adalah sebagai berikut:

- 1) *Suspect*

Meliputi semua orang yang ia yakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa tetapi belum memiliki informasi tentang barang dan jasa perusahaan/bank.

- 2) *Prospek*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan/bank dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain.

- 3) *Customer*

Pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan/bank. tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan/bank, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

⁴⁷ Ali Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 105.

4) *Clients*

Meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur hubungan ini berlangsung lama dan mereka telah memiliki sifat *retention*.

5) *Advocates*

Pada tahap ini, *clients* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan/bank tersebut.

6) *Partners*

Pada tahap ini, telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan/bank dengan nasabah, pada tahap ini pula nasabah berani menolak produk/jasa dari perusahaan/bank lain.⁴⁸

h. Penjelasan Indikator Loyalitas Nasabah

- 1) Kebutuhan adalah sesuatu yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁹ Maksudnya pemenuhannya dapat dilakukan pada kemudian hari dan sifatnya dapat ditunda karena tidak mendesak. Misalnya tabungan untuk hari tua, investasi modal untuk usaha.
- 2) Rasa nyaman adalah perasaan senang apa yang telah dialami.⁵⁰ Maksudnya rasa nyaman karena dikelola dengan sistem syariah yang InsyaAllah mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan setiap bulannya dan dapat diambil kapan saja.

⁴⁸ Ida Farida, "Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank SULSERBAR", *Op. Cit.*, hlm. 11.

⁴⁹ Meity Taqdir Qodratilah, *Op. Cit.*, hlm. 62.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 364.

- 3) Kesetiaan adalah hal setia (patuh, taat), dan hal yang tidak diragukan lagi.⁵¹ Kesetiaan pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek, produk jasa, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang
- 4) Rekomendasi adalah saran tentang apa yang cocok untuk dilakukan atau digunakan.⁵²
- 5) Loyal adalah sedikit kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.⁵³

7. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Menurut Eti Rochaety dan Ratih Tresnanti pengertian nasabah dibagi menjadi dua, yaitu “Nasabah debitur merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syari’ah/yang dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan” sedangkan “Nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dengan nasabah yang bersangkutan”.⁵⁴

Nasabah merupakan yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syari’ah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan atau nasabah yang

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 494.

⁵² *Ibid.*, hlm. 452.

⁵³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 254

⁵⁴ Eti Rochety dan Ratih Tresnanti, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁵⁵

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian nasabah diartikan sebagai perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.⁵⁶

Pelanggan atau pengguna jasa (*customer*) adalah masyarakat dalam arti luas yang dapat dipandang secara internal dan eksternal dalam suatu birokrasi. Pelanggan internal adalah masyarakat di lingkungan kerja organisasi kerja organisasi birokrasinya sendiri, seperti atasan langsung, staf dan unit terkait lainnya dalam jajaran birokrasi yang bersangkutan. Sedangkan yang dimaksud dengan pelanggan eksternal adalah pihak luar yang menggunakan jasa birokrasi yaitu masyarakat di lingkungan administrasi publik.⁵⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang memperoleh fasilitas pembiayaan dan yang menempatkan dananya pada suatu bank tertentu berdasarkan prinsip syariah sesuai kesepakatan antara bank dengan penyimpan atau peminjam.

b. Sifat-Sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang *customer service* harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah:

⁵⁵ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Media, 2009), hlm. 184.

⁵⁶ Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

⁵⁷ Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005), hlm. 29.

1) Nasabah adalah raja.

Petugas *customer service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi segala keinginan dan kebutuhannya.

2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan. Jadi tugas petugas *customer service* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah dan didebat.

4) Nasabah mau diperhatikan.

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian, jangan sesekali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank.

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.⁵⁸

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas atas pembelian jasa bank maka nasabah tersebut akan:

⁵⁸ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 254-255.

- 1) Loyal kepada bank, artinya sedikit kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal ini lah yang menjadi keinginan bank karena membicarakan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti nyata kualitas jasa yang ditawarkan.⁵⁹

B. Penelitian Terdahulu

Maksud dikemukakan hasil penelitian terdahulu ialah untuk mendukung hipotesis dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dan hasil-hasilnya ialah sebagai berikut:

Tabel II. 1
Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul/Tahun	Hasil Penelitian
1	Yunita Miftakhul Ustantina	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Yang Dilakukan Pada Bank BNI Syariah Cabang	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan yang terdiri dari faktor bagi hasil (X1), faktor kualitas pelayanan (X2), dan faktor kepuasan nasabah (X3) terhadap loyalitas nasabah.

⁵⁹*Ibid.*, hlm. 264.

		Yogyakarta/2012.	
2	Eko Rudianto	Pengaruh Atribut Produk Tabungan Batara iB Terhadap Loyalitas Nasabah” yang dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang/2010.	Atribut Produk Tabungan Batara iB (X) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).
3	Sigit Sujarwo	Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Britama yang dilakukan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang/2010.	Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).
4	Ida Farida	Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank SULSERBAR	Strategi Pemasaran Produk Tabungan (X) dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank SULSERBAR (Y)

Keempat peneliti di atas berbeda dengan penelitian ini dalam hal variabel bebasnya (X) yaitu fitur produk tabungan muamalat prima iB sedangkan variabel bebasnya sama-sama membahas tentang loyalitas nasabah. Permasalahan yang diteliti adalah Apakah Fitur Tabungan Muamalat Prima iB Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan.

C. Kerangka Berpikir

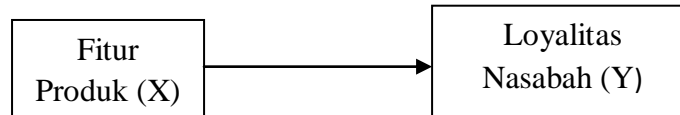
Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam variabel bebas yang dibahas adalah fitur produk tabungan muamalat prima iB, sedangkan variabel terikatnya yang dibahas adalah loyalitas nasabah.

Setiap bank tentunya mempunyai produk yang berbeda-beda. Produk yang dihasilkan haruslah berkualitas dan mempunyai manfaat atau keuntungan bagi nasabah, agar nasabah tersebut berminat untuk menggunakan jasa keuangannya pada bank tersebut yang nantinya bisa menimbulkan rasa setia atau loyalitas pada nasabah. Loyalitas nasabah adalah rasa kesetiaan nasabah terhadap suatu produk sehingga melakukan penggunaan ulang atau tidak pindah pada produk lainnya. Apabila sudah ada pada diri nasabah itu sifat yang loyal, maka kecil kemungkinan nasabah menggunakan jasa perbankan lain.

Banyak faktor yang membuat loyalitas nasabah semakin meningkat, salah satunya adalah dengan membuat fitur produk dalam tabungan. Fitur produk merupakan ciri khas dari produk yang membedakannya dari produk lain atau kelebihan dari suatu produk. Nasabah tentunya akan mencari-cari manfaat atau keuntungan yang ada pada suatu produk itu.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan memberikan Tabungan Muamalat Prima iB yang dilengkapi dengan fitur produknya, yang membuat nasabah dapat menikmati manfaat dan keuntungan dalam melakukan aktivitas keuangannya, sehingga nasabah lama tidak akan pindah ke produk yang lain atau menimbulkan loyalitas nasabah pada produk itu.

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Secara etimologi hipotesis dibentuk dari dua kata yaitu kata *hypo* dan kata *thesis*, *hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat, Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.⁶⁰

Ciri-ciri hipotesis yang baik adalah hipotesis yang harus dirumuskan dengan singkat dan jelas, harus dengan nyata menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih variabel, harus didukung oleh teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli atau hasil penelitian yang relevan.

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka peneliti membuat suatu hipotesis bahwa: “Ada Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan”.

⁶⁰ Burhan Bungin, *Metedologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Kencana, 2005), hlm. 75.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan yang berada di Jl. Baginda Oloan/Gatot Subroto No. 08 Padangsidimpuan. Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Agustus tahun 2015.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh penelitian adalah penelitian survei. Penelitian survey merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis.⁵⁴ Adapun data yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini adalah survei menggunakan kuesioner.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang dijadikan sasaran penelitian. Populasi juga bisa diartikan dengan keseluruhan gejala atau atuan yang ingin diteliti.⁵⁵ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Produk Tabungan Muamalat Prima di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor

⁵⁴Bambang Prasetyo dan Lina, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005), hlm. 76.

⁵⁵Ahmad Nizar Rangkti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka, 2014), hlm. 51.

Cabang Padangsidimpuan yang masih aktif pada periode Januari 2012 sampai dengan Juli 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel III. 1

Jumlah Populasi Tabungan Muamalat Prima iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan

No	Nama Tabung	Jumlah
1	232	73

Menurut Arikunto “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.⁵⁶ Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah menggunakan teknik *simplerandom sampling*, yaitu peneliti memberihak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi.⁵⁷ Peneliti mengambil sampel sebesar 15% dari populasi yang berjumlah 232, maka dapat hasil jumlah sampel yaitu sebesar 34,8 (dibulatkan menjadi 35). Penggolongan sampel sebanyak 35 dari populasi sebanyak 232 orang tersebut diuraikan dari jenis kelamin dan usia sebagai berikut:

⁵⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Penelitian Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 77.

⁵⁷*Ibid.*, hlm. 107.

Tabel III. 2
Penggolongan Sampel

No	Umur Nasabah	Jumlah Nasabah	Jenis Kelamin	Jumlah Nasabah
1	26-35 Tahun	1	Perempuan	18
2	36-45 Tahun	12		
3	46-55 Tahun	12		
4	56-65 Tahun	8	Laki-laki	17
5	66-75 Tahun	1		
6	76-85 Tahun	1		
Jumlah		35	Jumlah	35

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data.⁵⁸ Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serentak dalam waktu yang ditentukan.⁵⁹ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sistem Angket (kuesioner).

Menurut Sugiyono "Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberisepangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya".⁶⁰ Kuesioner harus mempunyai *centreat* atau pusat perhatian, yaitu masalah yang ingindi pecahkan. Tiappertanyaan harus merupakan bagian dari hipotesis yang

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 101.

⁵⁹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 37.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 135.

ingin diuji. Secara umum isi dari kuesioner dapat berupa pertanyaan tentang fakta, pendapat (*opinion*) dan tentang persepsi sendiri.⁶¹ Untuk teknik pengolahan data menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan *Skala Likert*, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif, sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dan keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Keterangan	SS	S	RR	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS: Sangat Setuju

S :Setuju

TS: Tidak Setuju

RR: Ragu-Ragu

STS: Sangat Tidak Setuju

Instrumen yang

menggunakan *skala likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun *pilih ganda*.⁶²

⁶¹Moh Nasir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 203.

⁶²Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Cetakan Sembilan, 2006), hlm. 57-58.

5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Validitas faktor yang diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antar faktor yang satu dengan yang lain adakesamaan).

Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengorelasikan antar skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengorelasikan antar skor item dengan skor total item.⁶³ Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel *product moment* pada program SPSS versi 22.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalen*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.⁶⁴

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.

Dalam melakukan pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan cara menggunakan metode Alpha

⁶³Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2008), hlm. 16.

⁶⁴Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 120.

(*Cronbach's*). Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 22.

6. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi data apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui antara lain dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik.⁶⁵

Uji normalitas dapat dilihat pada analisis grafik dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal yang artinya distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan alat bantu program SPSS versi 22.

Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini akan digunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

7. Uji Linearitas

⁶⁵Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hlm. 181.

Uji linearitas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linear yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linear.⁶⁶

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.⁶⁷

8. Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka peneliti akan melakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung pengaruh fitur produk tabungan muamalat prima iB terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidimpuan dengan alat bantu *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 22.

a) Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik

⁶⁶Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), hlm. 158.

⁶⁷Duwi Priyanto, *Op. Cit.*, hlm. 36.

data.⁶⁸ Penggunaan statistik deskriptif untuk mengetahui: seperti berapa rata-ratanya, berapa standar deviasinya, nilai maksimum dan minimum data.

b) Analisis Korelasi Sederhana

Nilai r dalam analisis korelasi sederhana menunjukkan korelasi sederhana (korelasi person), yaitu korelasi antara satu variabel independen dengan variabel dependen.⁶⁹

c) Analisis regresi linear sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana adalah dimana variabel yang terlibat di dalamnya adalah hanya dua yaitu variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen), lalu akan dihitung atau dicari nilai-nilai Y yang lain berdasarkan nilai X yang diketahui, langkah penyelesaiannya di jelaskan di bawah ini.

Rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = loyalitas nasabah (variabel terikat)

X = fitur produk (variabel bebas)

a = nilai *intercept* (konstan)

b = koefisien arah regresi⁷⁰

d) Uji (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (fitur produk) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

⁶⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 200.

⁶⁹Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, *Op. Cit.*, hlm. 12.

⁷⁰Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 114.

Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya lakukan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak.

e) Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 (*square*) atau kuadrat dari r , yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persentase yang menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991 diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia dan memulai melakukan kegiatan operasinya pada tanggal 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian bank ini juga menerima dukungan dari masyarakat terbukti dari komitmen pembelian saham perseroan sebesar Rp 84 Milliar.

Pada Tanggal 27 Oktober 1994 PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk menyanggah predikat sebagai bank devisa. Pada akhir tahun 1990-an Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank ini termasuk Bank yang mampu bertahan melawati masa tersebut dan tetap eksis hingga saat ini.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah Saudi Arabia. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham bank ini.

Pada tahun 2009 PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk memulai proses transformasi salah satunya dengan membuka kantor cabang internasional

pertamanya di Kuala Lumpur, Malaysia dan tercatat sebagai bank pertama dan satu-satunya dari Indonesia yang membuka jaringan bisnis di Malaysia. Dan pada tahun 2012 tepat pada milad yang ke-20 tahun, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk meluncurkan logo baru (*rebranding*) dengan tujuan menjadi bank syariah yang *Islamic, Modern, dan Professional*.

Saat ini PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didukung oleh aliansi melalui lebih dari 4000 kantor pos online di seluruh Indonesia.⁷¹

Dalam perkembangan selanjutnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yang tambah semakin banyak berdiri dikota-kota lain dan membuka cabang termasuk dikota Padangsidempuan yaitu Kantor Cabang Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Baginda Oloan/Gatot Subroto No. 08 Padangsidempuan merupakan cabang dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yang berada di Jakarta Pusat tepatnya gedung Artaloka lantai Jl. Sudirman kav. 2 Jakarta Pusat. Bank ini didirikan pada bulan Juli 2003 sebagai bank yang menjalankan usahanya dengan prinsip syariah.

Alasan pemilihan kota Padangsidempuan sebagai lokasi kerja dikarenakan kota Padangsidempuan memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dan segala jenis usaha ada di kota Padangsidempuan. Mulai dari jenis usaha dagang, jasa, pertanian, perkantoran dan lain sebagainya dan dapat menunjang berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

⁷¹www.muamalatbank.co.id, diakses pada tanggal 20 Juni 2015 pukul 20.00

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dan dikagumi di pasar rasional.

b. Misi

Menjadi *role model* lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas digunakan untuk melihat apakah instrumen berupa angket yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel fitur produk (X) dan variabel loyalitas nasabah (Y) yang tersedia dinyatakan valid atau tidak. Uji validitas diolah menggunakan program SPSS versi 22.

1) Uji Validitas Variabel Fitur Produk (X)

Dari pengolahan data dengan program SPSS versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 1
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	26,54	6,491	,539	,642
item_2	26,54	6,608	,471	,663

item_3	26,20	6,988	,641	,630
item_4	26,37	6,240	,657	,608
item_5	26,51	7,139	,463	,665
item_6	26,54	8,138	,147	,746
item_7	26,09	9,081	,040	,741

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Menurut Duwi Priyanto “pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel *product moment*. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05”.⁷²

Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Kemudian jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Produk (X)

Nomor Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Intrepretasi
1	0,539	0,334	Valid
2	0,471		Valid
3	0,641		Valid
4	0,657		Valid
5	0,463		Valid
6	0,147		Tidak Valid
7	0,040		Tidak Valid

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwa hasil item pernyataan yang valid terdapat pada butir 1,2,3, 4 dan 5 karena r hitung $>$ r tabel, sedangkan yang tidak valid terdapat pada butir 6 dan 7, karena r hitung $<$ r tabel, sehingga tidak digunakan untuk tahapan perhitungan selanjutnya.

⁷²Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS, Op. Cit.*, hlm. 23.

2) Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Dari pengolahan data dengan program SPSS versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 3
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	25,49	7,316	,511	,482
item_2	25,40	7,600	,488	,496
item_3	25,37	9,358	-,076	,720
item_4	25,71	7,269	,393	,518
item_5	25,63	7,358	,483	,491
item_6	25,31	8,634	,234	,575
item_7	25,54	7,844	,358	,535

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Menurut Duwi Priyanto “pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel *product moment*. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05”.⁷³

Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Kemudian jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

TabelIV. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Nomor Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Intrepretasi
1	0,511		Valid
2	0,488		Valid
3	-0,076		Tidak Valid

⁷³*Ibid.*, hlm. 23.

4	0,393	0,334	Valid
5	0,483		Valid
6	0,234		Tidak Valid
7	0,358		Valid

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV. 4 diatas dapat dilihat bahwa hasil item pernyataan yang valid terdapat pada butir 1,2,4, 5 dan 7 karena r hitung $>$ r tabel, sedangkan yang tidak valid terdapat pada butir 3 dan 6, karena r hitung $<$ r tabel, sehingga tidak digunakan untuk tahapan perhitungan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono “dalam melakukan pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan cara menggunakan metode Alpha (*Cronbach's*). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60”.⁷⁴

Tabel IV. 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel
FiturProduk(X)

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	5

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari hasil tabel IV. 5 diatas nilai alpha diperoleh sebesar 0,790, sedangkan nilai pada signifikansi sebesar 0,05 dengan jumlah data (N) = 35, dan nilai r tabel sebesar 0,334, karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,790 $>$ 0,334 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

⁷⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Op.Cit., hlm. 57.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas
Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	5

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari hasil tabel IV. 6 diatas nilai alpha diperoleh sebesar 0,726, sedangkan nilai pada signifikansi sebesar 0,05 dengan jumlah data (N) = 35, dan nilai r tabel sebesar 0,334, karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,726 > 0,334 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

2. Uji Normalitas

Menurut Husein Umar “uji normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05”.⁷⁵ Hasil normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

Tabel IV. 7
Hasil Analisis Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,36139194
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,069
	Negative	-,099
Test Statistic		,099

⁷⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis, Op.Cit.*, hlm. 181

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV. 7 dapat dilihat bahwa hasil analisis uji *kolmogorov-smirnov* dengan taraf signifikan lebih besar dari 5% atau $0,05 < 0,200$, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal.

3. Uji Linearitas

Menurut Triton Prawira Budi “uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi kurang dari 0,05.⁷⁶ Pengujian yang digunakan peneliti dengan menggunakan *Anova Table* pada taraf signifikan 0,05.

Tabel IV. 8							
Hasil Uji Linearitas dengan <i>Anova Table</i>							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Fitur Produk	Between Groups	(Combined)	193,852	10	19,385	3,126	,011
		Linearity	153,096	1	153,096	24,687	,000
		Deviation from Linearity	40,757	9	4,529	,730	,678
	Within Groups		148,833	24	6,201		
	Total		342,686	34			

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV. 8 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel fitur produk dan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linear.

⁷⁶ Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik, Op.Cit.*, hlm. 158.

4. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data.⁷⁷ Penggunaan statistik deskriptif untuk mengetahui berapa rata-ratanya, berapa standar deviasinya, nilai maksimum dan minimum data. Untuk mengetahui hasil statistik deskriptif data diolah menggunakan program SPSS versi 22.

Tabel IV. 9
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Loyalitas Nasabah	35	21	35	29,74	3,175
Fitur Produk	35	22	35	30,80	3,066
Valid N (listwise)	35				

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV. 9 diatas dapat dilihat bahwa variabel loyalitas nasabah dengan jumlah data (N)=35, diperoleh nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata sebesar 29,74 dan nilai standar deviasi sebesar 3,175. Kemudian pada variabel fitur produk dengan jumlah data (N)=35 diperoleh nilai minimum sebesar 22, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata sebesar 30,80 dan nilai standar deviasinya sebesar 3,066.

5. Analisis Korelasi Sederhana

Nilai r dalam analisis korelasi sederhana menunjukkan korelasi sederhana (korelasi person), yaitu korelasi antara satu variabel independen dengan variabel dependen.⁷⁸

⁷⁷Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Op.Cit.*, hlm. 200.

⁷⁸Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, Op. Cit.*, hlm. 12.

Analisis korelasi sederhana ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

Tabel IV. 10
Interprestasi Koefisien Korelasi

No	Skor	Interprestasi
1	0,00 – 0,1999	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1000	Sangat kuat

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil analisis korelasi sederhana peneliti menggunakan program SPSS versi 22 dengan metode analisis korelasi bivariate pearson.

Tabel IV. 11
Hasil Analisis Korelasi Sederhana

		Loyalitas Nasabah	Fitur Produk
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	1	,668**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Fitur Produk	Pearson Correlation	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV.11 hasil analisis korelasi sederhana (r) diperoleh korelasi antara fitur produk dengan loyalitas nasabah (r) sebesar 0,668. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara fitur produk dengan

loyalitas nasabah. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin banyak fitur produk tabungan muamalat prima iB maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui bentuk persamaan regresi hubungan antara variabel fitur produk (X) dengan variabel loyalitas nasabah (Y) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel loyalitas nasabah (Y) apabila variabel fitur produk (X) mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis ini menggunakan program SPSS versi 22.

Tabel IV. 12
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,426	4,149		2,031	,050
Fitur Produk	,692	,134	,668	5,162	,000

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari hasil tabel IV.12 di atas dapat dilihat rumus regresinya sebagai berikut:

$$Y = 8,426 + 0,692X$$

$$(\text{Loyalitas Nasabah}) = 8,426 + 0,692(\text{Fitur Produk})$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 8,426. Artinya jika fitur produk nilainya 0, maka loyalitas nasabah (Y) nilainya adalah 8,426 satuan.

2. Koefisien regresi variabel fitur produk (X) sebesar 0,692 artinya jika variabel fitur produk dinaikkan sebesar 1 satuan maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,692 satuan.

a. Uji t (parsial)

Menurut Duwi Priyanto “uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (fitur produk) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).⁷⁹

Uji t dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

H_0 : tidak ada hubungan yang signifikan antara fitur produk dengan loyalitas nasabah.

H_a : ada hubungan yang signifikan antara fitur produk dengan loyalitas nasabah.

2. $\alpha = 5\% = 0,05$

3. $t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

$$\begin{aligned} &= \frac{0,668\sqrt{35-2}}{\sqrt{1-(0,668)^2}} \\ &= \frac{0,668 \sqrt{33}}{\sqrt{1-0,446224}} = \frac{3,83737}{\sqrt{0,553776}} \\ &= \frac{3,83737}{0,74416} = 5,1566 \end{aligned}$$

4. t tabel dengan $df = n-2 = 35-2 = 33$ pada $\alpha = 5\%$

diperoleh = 2,035

⁷⁹ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS, Op.Cit.*, hlm. 70.

5. $t_{\text{hitung}} = 5,1566 > t_{\text{tabel}} = 2,035$

Maka H_0 ditolak, H_a diterima

Artinya : ada hubungan yang signifikan antara fitur produk (X) dengan loyalitas nasabah (Y).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel fitur produk (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), R^2 nilainya berkisar $0 < R^2 < 1$ semakin besar R^2 maka variabel independen semakin dekat hubungannya dengan variabel dependen, model tersebut dianggap baik.⁸⁰

Tabel IV. 13
Hasil Analisis Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,447	,430	2,397

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2015)

Dari tabel IV. 13 diatas dapat dilihat bahwa diperoleh angka R square sebesar 0,447 atau 44,7%, R^2 nilainya berkisar $0 < 0,447 < 1$ model ini dianggap baik. Kemudian analisis ini juga menunjukkan bahwa sumbangan variabel fitur produk terhadap variabel loyalitas nasabah sebesar 44,7%, sedangkan sebesar 55,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

⁸⁰*Ibid.*, hlm. 79.

Fitur merupakan ciri khas dari produk yang membedakannya dari produk lain atau kelebihan dari suatu produk. Dengan mengetahui ciri khas dari suatu produk tersebut nasabah tentunya akan dapat mencari manfaat atau keuntungan dari produk tersebut.

Loyalitas adalah perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali dan bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan

Uji normalitas dengan menggunakan analisis *kolmogorov-smirnov* menggunakan program SPSS versi 22 dengan taraf signifikan lebih besar dari 5% atau $0,05 < 0,200$, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal.

Uji linearitas menggunakan *Anova Table* pada taraf signifikan sebesar 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi kurang dari 0,05. Dari hasil analisis program SPSS versi 22 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu 0,00, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel fitur produk dengan variabel loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linear.

Dari hasil analisis korelasi sederhana (r) diperoleh korelasi antara fitur produk dengan loyalitas nasabah (r) sebesar 0,668. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara fitur produk dengan loyalitas nasabah. Kemudian analisis ini juga menunjukkan bahwa sumbangan variabel fitur produk

terhadap variabel loyalitas nasabah sebesar 44,7%, sedangkan sebesar 55,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis regresi linear sederhana diperoleh $Y=8,426 + 0,692X$, Loyalitas Nasabah= $8,426 + 0,692$ Fitur Produk. Kemudian loyalitas nasabah dapat dijelaskan konstanta sebesar 8,426. Artinya jika fitur produk nilainya 0, maka loyalitas nasabah (Y) nilainya adalah 8,426 dan koefisien regresi variabel fitur produk (X) sebesar 0,692 artinya jika fitur produk dinaikkan 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan meningkat sebesar 0,692 satuan dan sebaliknya.

Kemudian dari hasil uji parsial diperoleh t hitung variabel fitur produk (X) sebesar $5,162 > t$ tabel 2,035 artinya variabel fitur produk (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dengan taraf signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ yang artinya adalah signifikan.

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah antara lain bagi hasil, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan atribut produk. Kemudian dari hasil penelitian ini diketahui bahwa selain faktor-faktor di atas ternyata fitur produk juga turut menyumbang pengaruh loyalitas nasabah.

D. Keterbatasan Penelitian

Kesempurnaan dalam penelitian ini masih kurang karena masih terdapat beberapa keterbatasan-keterbatasan penelitian. Tetapi peneliti berusaha agar tidak mengurangi makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.

2. Keterbatasan variabel karena waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk meneliti variabel-variabel lain seperti variabel atribut, pelayanan, kepuasan nasabah, bagi hasil dan masih banyak variabel yang lainnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
3. Dalam menyebarkan kuesioner penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Penulis tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab kuesioner yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dituangkan dalam skripsi ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembagian harta warisan telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an secara akurat dan adil sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bahwa pembagian harta warisan di Desa Tanjung Mompang masih dipengaruhi oleh hukum adat, pengetahuan tentang warisan masih kurang, sosialisasi hukum serta kurangnya kesadaran untuk menjalankan hukum Islam.
2. Pembagian harta warisan di Desa Tanjung Mompang baru akan dibagikan setelah meninggalnya kedua orangtua. Dengan beberapa metode pembagian: Anak perempuan lebih banyak mendapatkan harta warisan dibanding dengan anak laki-laki, pembagian seperti ini sudah menjadi kebiasaan masyarakat Desa Tanjung Mompang, alasan mengapa anak perempuan itu lebih diutamakan karena masyarakat Desa Tanjung Mompang berpatokan kepada hadis yang diriwayatkan oleh imam Bukhari yaitu yang pertama berbakti itu harus kepada ibu terlebih dahulu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat Desa Tanjung Mompang tentang kewarisan Islam masih sangat kurang, masyarakat Desa Tanjung Mompang hanya paham bahwa dalam pembagian harta warisan anak perempuan itu lebih banyak bagiannya dibanding anak laki-laki, dikarenakan

masyarakat berpatokan kepada hadis imam Bukhari, yang mana dalam hadis tersebut harus yang pertama itu berbakti kepada ibu.

B. Saran-saran

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyarankan:

1. Untuk masyarakat Desa Tanjung Mompang hendaknya berusaha meningkatkan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang hukum Islam dan peraturan Undang-undang yang berlaku dilingkungan masyarakat terutama yang berkaitan dengan kewarisan Islam.
2. Kepada tokoh agama agar lebih sering membahas masalah kewarisan hukum Islam.
3. Kepada Bapak kepala Desa Tanjung Mompang hendaknya bekerja sama dengan pemerintah untuk mensosialisasikan Hukum Islam khususnya masalah kewarisan di Desa Tanjung Mompang.
4. Kepada pemuka adat menyarankan masyarakat untuk melaksanakan pembagian harta warisan sesuai hukum Islam agar hukum Islam berjalan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, (Semarang: CV. Asy Syifa, 1993)
- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbank Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008
- A. Karim, Adiwirman, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Suatu Penelitian Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- , *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Anwar, Dessy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abditama, 2001
- Bambang Prasetyo dan Lina, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005
- Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syaamil Al Qur'an, 2005
- Eti Rochety dan Ratih Tresnanti, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- Farida, Ida, "Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank SULSERBAR", Skripsi: Universitas Muslim Indonesia, 2012
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-dan-manfaat-atribut-produk.html?m=1>, diakses Tanggal 6 November 2015, Pukul 20.00 WIB.

<https://Albadrln.Wordpress.Com/2012/08/02/Fitur.Html>, diakses Tanggal 12 November 2015, Pukul 13.30 WIB

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011

Irawan, Roni, “Pengaruh Desain, Fitur dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus)”, Kudus: Universitas Muria Kudus, 2013

Jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-defenisi-klasifikasi-dimensi_30.Html, tgl 20 Maret 2015, Pukul 10.20 WIB

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008

Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007

Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2010

Manajemen Perbankan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004

Manajemen Perbankan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008

Nizar, Ahmad, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka, 2014

Nasir, Moh, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005

Prawira Budi, Triton, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006

Priyanto, Duwi, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Media Kom, 2008

Rodoni, Ahmad, *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2008

Rudianto, Eko, “Pengaruh Atribut Produk Tabungan Batarei B Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang”, Skripsi: IAIN Walisongo Semarang, 2011

- SigitTriandarudanTotokBudisantoso, *Bank Dan LembagaKeuangan Lain*, Jakarta: SalembaEmpat, 2006
- Soemitro, Andri, *Bank &LembagaKeuanganSyariah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Sugiyono,*MetodePenelitianBisnis*, Bandung, Alfabeta, 2001
- „*StatistikaUntukPenelitian*, Bandung: Cetakan Sembilan, 2006
- Subagyo, Joko, *MetodePenelitianDalamTeoridanPraktek*, Jakarta: PT. RinekaCipta, 2004
- Suwiknyo, Dwi,*KamusLengkapEkonomi Islam*, Yogyakarta : Media, 2009
- Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari TeoriKePraktik*, Jakarta: Tazkia Institute dan BI, 1999
- S.P, Melayu, *Dasar-DasarPerbankan*, Jakarta: PT. BumiAksara, 2011
- TaqdirQodratilah, Meity*KamusBesar Indonesia*, Jakarta: BadanPengembangandanPembinaanBahasa, 2011
- Umar, Husein, *MetodePenelitianSkripsidanTesisBisnis*, Jakarta: RajawaliPers, 2003
- YesiElsandradanEfriyuzal, PengaruhAtributProduk, Komitmen Agama, KualitasPelayanan, Dan KepercayaanTerhadapLoyalitasNasabahDenganKepuasanSebagaiVariabel Intervening, dalamjurnal*JurnalEkonomi STIE Haji AgusSalimBukittinggi*, Vol. XIV, No. 2, September 2013, hlm. 142
- YunitaMiftakhulUstantina, Faktor-Faktor Yang MempengaruhiLoyalitasNasabah Tabungan DiBank Syariah(Study KasusPada Bank BNI SyariahCabang Yogyakarta), Skripsi, UIN SunanKalijaga, 2012
- ZakiaKhoiriyah, Wawancara, Tanggal22 Juni 2015, Pukul 15.00 WIB
www.muamalatbank.co.id, di aksestanggal13 Oktober 2015 pukul 11.00 WIB
www.muamalatbank.co.id, diaksesTanggal 07 November 2015, Pukul 14.00 WIB

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan

Pengantar:

Saya saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fitur Produk Tabungan Muamalat Prima iB Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan”. Untuk itu dalam kesempatan ini Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk membantu saya mengisi kuesioner ini. Apapun pendapat dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, saya akan jamin kerahasiaannya dan ini semata-mata untuk kepentingan penelitian. Saya sangat menghargai atas pengorbanan waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia Anda : Tahun
4. Penghasilan Anda : Rp /bulan
5. Menjadi Nasabah Sejak :
 - a. Dibawah 3 bulan
 - b. 3 bulan s/d 6 bulan
 - c. 6 bulan s/d 12 bulan
 - d. 1 tahun s/d 2 tahun
 - e. Diatas 2 tahun

II. Petunjuk Pengisian

Berikan penilaian terhadap hal yang ada di bawah ini yang menyangkut dengan Bapak/Ibu/Saudara. Pilihlah dan berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan. Silahkan tentukan pendapat setuju maupun ketidaksetujuan anda terhadap setiap pernyataan/pertanyaan. Jawaban yang disediakan meliputi:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

4 = Setuju (S)

2 = Tidak setuju (TS)

5 = Sangat Setuju (SS)

3 = Ragu-ragu (RR)

Kuesioner Variabel Penelitian

FITUR PRODUK (X)

No	Alternatif pernyataan untuk variabel Fitur Produk (X)	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya senang menjadi nasabah tabungan muamalat prima iB karena bagi hasil semaksimal deposito dan kenyamanannya sebesar tabungan (<i>muḍāharabah mutlaqah</i>).					
2	Saya merasa setoran awal yang ditetapkan untuk tabungan muamalat prima iB wajar dan pantas.					
3	Saya senang dengan ketetapan saldo minimum yang murah, hanya Rp 50.000.					
4	Saya merasa nyaman diperbolehkan menggunakan QQ & Joint Account.					
5	Saya bangga memiliki ATM Gold.					
6	Saya senang dengan adanya mobil branch untuk penjemputan setoran sehingga memudahkan saya bertransaksi.					
7	Saya tidak khawatir ketika membutuhkan uang tunai, karena jaringan ATM muamalat yang luas dan banyak.					

LOYALITAS NASABAH (Y)

No	Alternatif pernyataan untuk variabel loyalitas nasabah (Y)	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya menggunakan produk tabungan muamalat prima iB karena fiturnya sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya sering menceritakan keuntungan menjadi nasabah tabungan muamalat prima iB kepada orang lain.					
3	Saya akan merekomendasikan produk tabungan muamalat prima iB sebagai produk yang menguntungkan kepada orang-orang terdekat saya.					
4	Saya akan terus menjadi nasabah tabungan muamalat prima iB.					
5	Saya percaya dengan kelebihan tabungan muamalat prima iB.					
6	Saya menggunakan tabungan muamalat prima iB karena merasakan manfaatnya yang nyata.					
7	Saya lebih menyukai produk bank syariah daripada bank konvensional.					

TERIMA KASIH

LAMPIRAN 2

Jawaban Responden Variabel Fitur Produk (X)

No	1	2	3	4	5	6	7	X
1	5	5	4	4	4	5	5	32
2	4	4	5	5	5	3	5	31
3	5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	2	5	27
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	3	3	5	5	5	3	5	29
7	3	3	3	3	3	3	4	22
8	4	4	4	4	4	4	5	29
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	5	4	4	4	4	5	30
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	3	5	5	5	5	3	4	30
13	4	4	3	3	3	4	5	26
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	4	4	5	5	4	4	5	31
16	5	3	5	5	5	5	5	33
17	5	5	5	5	5	4	5	34
18	5	5	5	5	5	4	4	33
19	5	5	5	5	3	5	4	32
20	4	5	5	5	5	4	5	33
21	5	4	5	4	4	5	5	32
22	4	4	5	4	4	5	4	30
23	5	5	5	5	5	4	5	34
24	5	5	5	5	3	4	5	32
25	5	3	4	5	5	5	4	31
26	4	5	5	5	5	5	4	33
27	4	4	4	4	4	4	5	29
28	5	5	5	5	5	4	5	34
29	4	2	5	2	4	4	5	26
30	5	5	5	4	4	4	5	32
31	3	4	4	3	4	5	4	27
32	4	3	4	4	4	5	5	29
33	5	4	5	5	4	5	5	33
34	2	3	4	4	3	5	5	26
35	3	5	5	5	4	5	5	32

Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	Y
1	5	5	4	2	5	3	5	29
2	3	4	5	3	3	4	4	26
3	4	5	5	4	4	3	5	30
4	2	4	5	3	2	3	4	23
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	3	3	5	3	3	5	3	25
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	4	4	5	4	4	5	4	30
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	5	4	4	5	5	31
11	5	5	3	5	5	5	5	33
12	3	3	5	5	3	4	5	28
13	4	4	5	3	4	4	4	28
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	4	4	1	5	4	5	4	27
16	5	3	5	2	5	5	3	28
17	4	5	5	5	4	5	5	33
18	4	5	5	4	4	4	5	31
19	5	5	1	4	5	5	5	30
20	4	5	5	5	4	5	5	33
21	5	4	4	5	5	5	4	32
22	5	4	4	4	5	4	4	30
23	4	5	5	5	4	4	5	32
24	4	5	5	4	4	5	5	32
25	5	5	5	5	5	5	4	34
26	5	5	5	5	5	4	5	34
27	4	4	4	5	4	4	3	28
28	4	5	2	4	4	5	3	27
29	4	4	4	3	4	5	4	28
30	4	4	5	4	4	5	3	29
31	5	4	5	4	3	5	5	31
32	5	3	5	4	3	5	4	29
33	5	5	5	5	5	4	3	32
34	5	5	5	3	5	4	3	30
35	5	5	4	3	4	4	4	29

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL FITUR PRODUK (X)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,709	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	26,54	6,491	,539	,642
item_2	26,54	6,608	,471	,663
item_3	26,20	6,988	,641	,630
item_4	26,37	6,240	,657	,608
item_5	26,51	7,139	,463	,665
item_6	26,54	8,138	,147	,746
item_7	26,09	9,081	,040	,741

LAMPIRAN 4

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS NASABAH (Y)

RELIABILITY

```
/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5 item_6 item_7  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,590	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	25,49	7,316	,511	,482
item_2	25,40	7,600	,488	,496
item_3	25,37	9,358	-,076	,720
item_4	25,71	7,269	,393	,518
item_5	25,63	7,358	,483	,491
item_6	25,31	8,634	,234	,575
item_7	25,54	7,844	,358	,535

LAMPIRAN 5

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL FITUR PRODUK (X)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item_1 item_2 item_3 item_4 item_5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	17,57	5,311	,482	,781
item_2	17,57	5,076	,519	,771
item_3	17,23	5,593	,642	,737
item_4	17,40	4,776	,709	,702
item_5	17,54	5,491	,540	,760

LAMPIRAN 6

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS NASABAH (Y)

```

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet0.
RELIABILITY
  /VARIABLES=item_1 item_2 item_4 item_5 item_7
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	16,69	5,222	,542	,657
item_2	16,60	5,188	,620	,632
item_4	16,91	5,316	,374	,731
item_5	16,83	5,029	,588	,638
item_7	16,74	5,785	,350	,729

LAMPIRAN 7

HASIL STATISTIK DESKRIPTIF

```
DATASET ACTIVATE DataSet1.  
DESCRIPTIVES VARIABLES=Y X  
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

Descriptives

[DataSet1]

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Loyalitas Nasabah	35	21	35	29,74	3,175
Fitur Produk	35	22	35	30,80	3,066
Valid N (listwise)	35				

LAMPIRAN 8

HASIL ANALISIS KORELASI SEDERHANA

```
CORRELATIONS  
  /VARIABLES=Y X  
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG  
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

		Correlations	
		Loyalitas Nasabah	Fitur Produk
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	1	,668**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Fitur Produk	Pearson Correlation	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

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

LAMPIRAN 9

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X
  /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID)
  /CASEWISE PLOT(ZRESID) OUTLIERS(3) .
    
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fitur Produk ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,447	,430	2,397

- a. Predictors: (Constant), Fitur Produk
- b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,096	1	153,096	26,648	,000 ^b
	Residual	189,590	33	5,745		
	Total	342,686	34			

- a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
- b. Predictors: (Constant), Fitur Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,426	4,149		2,031	,050
Fitur Produk	,692	,134	,668	5,162	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23,65	32,65	29,74	2,122	35
Residual	-4,958	4,119	,000	2,361	35
Std. Predicted Value	-2,870	1,370	,000	1,000	35
Std. Residual	-2,068	1,718	,000	,985	35

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

LAMPIRAN 10

HASIL UJI NORMALITAS

NPAR TESTS
/K-S (NORMAL) =RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,36139194
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,069
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 11

HASIL UJI LINEARITAS

MEANS TABLES=Y BY X
 /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
 /STATISTICS LINEARITY.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Loyalitas Nasabah * Fitur Produk	35	100,0%	0	0,0%	35	100,0%

Report

Loyalitas Nasabah

Fitur Produk	Mean	N	Std. Deviation
22	21,00	1	.
26	28,67	3	1,155
27	27,00	2	5,657
28	28,00	1	.
29	28,00	4	2,160
30	29,67	3	1,528
31	29,00	3	4,359
32	30,17	6	1,472
33	31,33	6	2,160
34	30,67	3	3,215
35	34,33	3	1,155
Total	29,74	35	3,175

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Fitur Produk	Between Groups	(Combined) Linearity	193,852	10	19,385	3,126	,011
		Deviation from Linearity	153,096	1	153,096	24,687	,000
			40,757	9	4,529	,730	,678
Within Groups			148,833	24	6,201		
Total			342,686	34			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Loyalitas Nasabah * Fitur Produk	,668	,447	,752	,566

LAMPIRAN 12

NILAI r TABEL PRODUCT MOMENT

N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,373	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,612	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,517	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

LAMPIRAN 13

NILAI t TABEL

N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif
	2,5 %	5 %		2,5 %	5 %		2,5 %	5 %
1	12,706	6,314	31	2,040	1,696	61	2,000	1,670
2	4,303	2,920	32	2,037	1,694	62	1,999	1,670
3	3,182	2,353	33	2,035	1,692	63	1,998	1,669
4	2,776	2,132	34	2,032	1,691	64	1,998	1,669
5	5,271	2,015	35	2,030	1,690	65	1,997	1,669
6	2,447	1,943	36	2,028	1,688	66	1,997	1,668
7	2,365	1,895	37	2,026	1,687	67	1,996	1,668
8	2,306	1,860	38	2,024	1,686	68	1,995	1,668
9	2,262	1,833	39	2,023	1,685	69	1,995	1,667
10	2,228	1,812	40	2,021	1,684	70	1,994	1,667
11	2,201	1,796	41	2,020	1,683	71	1,994	1,667
12	2,179	1,782	42	2,018	1,682	72	1,993	1,666
13	2,160	1,771	43	2,017	1,681	73	1,993	1,666
14	2,145	1,761	44	2,015	1,680	74	1,993	1,666
15	2,131	1,753	45	2,014	1,679	75	1,992	1,665
16	2,120	1,746	46	2,013	1,679	76	1,992	1,665
17	2,100	1,740	47	2,012	1,678	77	1,991	1,665
18	2,101	1,734	48	2,011	1,677	78	1,991	1,665
19	2,093	1,729	49	2,010	1,677	79	1,990	1,664
20	2,086	1,725	50	2,009	1,676	80	1,990	1,664
21	2,080	1,721	51	2,008	1,675	81	1,990	1,664
22	2,074	1,717	52	2,007	1,675	82	1,989	1,664
23	2,069	1,714	53	2,006	1,674	83	1,989	1,663
24	2,064	1,711	54	2,005	1,674	84	1,989	1,663
25	2,060	1,708	55	2,004	1,673	85	1,988	1,663
26	2,056	1,706	56	2,003	1,673	86	1,988	1,663
27	2,052	1,703	57	2,002	1,672	87	1,988	1,663
28	2,048	1,701	58	2,002	1,672	88	1,987	1,662
29	2,045	1,696	59	2,001	1,671	89	1,987	1,662
30	2,042	1,697	60	2,000	1,671	90	1,987	1,662

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Nama Mahasiswa

Nama : Chairul Ananda N. Harahap
NIM : 11 220 0048
Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 14 Februari 1993
Anak ke- : 1 (satu)
Agama : Islam
Alamat : Gunung Hasahatan Kec. PSP Batunadua
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Pendidikan : SD Negeri 200305 Ujung Gurap Padangsidempuan
SMP Negeri 10 Padangsidempuan
SMA Negeri 4 PadangSidempuan

B. Nama Orangtua Mahasiswa

Nama Ayah : H. Nawi Harahap, SE
Nama Ibu : Hj. Nur Doyani Hasibuan
Pekerjaan : PNS