

ABSTRAK

Siska Marinda, 2021, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Gadai Emas (Ar-Rahn) Terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. H. Zainal Abidin, M.E.I.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah*

Saat ini, keberadaan lembaga keuangan sangat dibutuhkan di berbagai tempat karena tidak hanya sebagai tempat penyimpanan uang saja, melainkan juga sebagai tempat dimana calon nasabah dapat mengakses pinjaman uang tunai. Gadai emas merupakan salah satu fasilitas peminjaman uang tunai yang dapat diperoleh dengan menyediakan jaminan asset atau harta. Gadai emas di Bank Syariah dapat dilakukan melalui beberapa pilihan akad seperti akad *Qardh* dalam rangka *Rahn* dan akad *Ijarah*. Kualitas layanan dan kualitas produk sangat diperlukan oleh lembaga keuangan agar bisa mempengaruhi tingkat kepuasan yang didapat nasabah dan terus menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bahkti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan 84 responden dengan menyebarkan kuesioner pada anggota produk gadai emas (*Ar-Rahn*).

Hasil penelitan berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas layanan yaitu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $t_{hitung} 2,213 > t_{tabel} 1,98932$ dan taraf signifikan $0,030 < 0,05$. Untuk variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah diperoleh oleh nilai $t_{hitung} 3,038 > t_{tabel} 1,98932$ dan taraf signifikan $0,003 < 0,05$. Serta pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan $F_{hitung} 58,382 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.