

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, dunia perbankan mengalami perkembangan yang begitu pesat khususnya lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah berperan seperti lembaga keuangan pada umumnya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Dengan adanya peranan tersebut, lembaga keuangan syariah mampu memberikan suatu manfaat yang lebih baik bagi masyarakat.¹ Adanya tingkat persaingan yang semakin ketat, maka strategi yang baik dan tepat sasaran harus disiapkan oleh masing-masing lembaga keuangan syariah. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang *profit oriented* pasti membutuhkan strategi pemasaran untuk menarik minat pelanggan dalam transaksi yang akan mereka lakukan, sehingga perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkannya tanpa mengabaikan konsep nilai dari yang diperoleh pelanggan itu sendiri.²

Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan

¹ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4, no.2 (2018): 126

² Sumar, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Anggota PT.BPR Syariah Bangka Belitung Cabang Pangkal Pinang", *Journal Of Management Research*, 3, no. 2, (Agustus, 2015) : 109

konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset inilah bisa diketahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang sebenarnya. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.³ Kegiatan pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai respon organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis. Untuk mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, lembaga keuangan syariah harus memperhatikan beberapa faktor agar dapat mempengaruhi nasabah dalam menyimpan dananya. Seperti faktor kualitas produk dan kualitas layanan yang dapat berpengaruh untuk mensejahterakan nasabahnya.

Kualitas produk sangat berkaitan dengan kepuasan konsumen yang harus mendapat perhatian utama. Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi: daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Kotler dan Amstrong, Kualitas Produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.⁴ Produk berkualitas baik yang dihasilkan oleh suatu perusahaan akan memperoleh kepercayaan dan citra baik dari para pelanggan.⁵

³ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Media Grafika, 2008), 53.

⁴ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Sulsel: Global-RCI,2017), 37.

⁵ Gusti Made Ary Bayu Suputra dan Kastawan Mandala, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Kredit Multiguna Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Pt. BPR Hoki Cabang Denpasar" <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/11064/8465/>

Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.⁶ Kedudukan kualitas menjadi sangat penting sejak persaingan pasar dunia semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut antara lain dipicu oleh kondisi globalisasi yang semakin cepat kemajuannya, aliran modal, sumber daya dan produk semakin bebas menembus batas-batas antar negara.⁷

Beda halnya dengan kualitas produk, kualitas layanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Parasuraman mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁸ Kualitas layanan adalah pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antar ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).

Menurut Lupiyoadi yang disebut dengan kualitas layanan yaitu sejauh mana suatu layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁹ Kualitas layanan erat kaitanya dengan kepuasan konsumenn dan

⁶ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek* (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), 15.

⁷ Afnina dan Yuli Hastuti, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, vol 9, (no 1 januari 2018)
<https://ejournalunsam.id/index.php/jseb/article/download/458/915>

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019), 100

⁹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 25.

keuntungan perusahaan. Sehingga semakin berkualitas layanan yang diberikan perusahaan, maka konsumen akan merasas semakin puas.¹⁰ Maka dari itu dengan adanya kualitas produk dan kualitas layanan yang baik harus bisa menarik minat nasabah.

Minat pembelian merupakan hal yang direncanakan konsumen dalam membeli barang (Howard dan Sheth). Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat pembelian adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.¹¹

Minat menabung menurut Kotler adalah tingkah laku yang timbul sebagai respon dalam memilih objek yang menunjukkan keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi. Menurut Howard dan Sheth minat menabung adalah sebuah perencanaan yang dilakukan nasabah untuk memilih produk tertentu. Selain itu, juga dapat dikatakan sebagai dorongan mental nasabah dalam memilih produk tabungan tertentu.¹² Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar merupakan perusahaan yang diakuisisi PT. BPR DANA MERAPI oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep yang berdomisili di Sidoarjo dan kemudian direlokasi ke Kabupaten

¹⁰ Januar Efendi Panjaitan , “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung” *Jurnal Manajemen*, Vol, 11, (No. 2 September 2016)

¹¹ Donni Jonni Priansa, *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta,2017), 164.

¹² Yulia Putri dkk, “Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16 (Maret, 2019): 81, <https://ejournal.unisba.ac.id/index>.

Sumenep. Sesuai akta notaris Yanita Poerbo SH No. 6 tanggal 30 Juli 1992 BPRS Bhakti Sumekar berdiri. Menteri Kehakiman Republik Indonesia juga mengesahkan dalam surat keputusan No. C2-392.HT01.01.TH. 1993 tanggal 22 Januari 1993 dan sudah terdaftar di Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan no. 41/30/PT-1993 tanggal 6 Februari 1993.

BPRS Bhakti Sumekar adalah bank syariah milik Pemerintah Kabupaten Sumenep yang berdiri sejak tahun 2002 dan merupakan salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terbesar di Indonesia. Dalam kondisi persaingan yang ketat, BPRS Bhakti Sumekar berusaha menyediakan produk dan layanan yang memiliki standarisasi dan keunggulan daripada pesaing yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah. Salah satu produk yang memiliki tingkat persaingan yang cukup ketat adalah produk tabungan.

Produk Tabungan yang ditawarkan BPRS Bhakti Sumekar salah satunya adalah Tabungan Barokah. Tabungan Barokah adalah simpanan dana dalam bentuk tabungan rupiah dengan akad “ *wadi'ah* ” yaitu sebagai titipan murni yang akan membantu mengelola dana anda menjadi lebih barokah. Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar merupakan produk tabungan utama bagi nasabah perorangan untuk melakukan transaksi keuangan dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* (Titipan). Standarisasi yang dimiliki oleh Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar berbeda dengan standarisasi produk tabungan yang dimiliki oleh lembaga perbankan syariah lainnya. Berikut standarisasi produk Tabungan Barokah dan standarisasi kualitas layanan BPRS Bhakti Sumekar.

Tabel 1.1
Standarisasi Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar

No.	Standarisasi Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar
1.	Tabungan Barokah berada dalam pengawasan OJK dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan
2.	Setoran awal hanya dengan Rp.10.000
3.	Tidak adanya bunga melainkan bonus
4.	Bebas biaya administrasi bulanan
5.	Terdapat fasilitas BBS mobile, layanan antar jemput tabungan, dan mesin ATM cardless
6.	Tabungan menjadi berkah karena dikelola sesuai dengan prinsip syariah

Sumber: BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Tabel 1.2
Standarisasi Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar

No.	Standarisasi Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar
1.	Pelayanan diberikan sesuai harapan nasabah dengan mengedepankan kepuasan secara maksimum
2.	Menerapkan budaya kerja dalam islam yang mengacu kepada sifat-sifat nabi meliputi: Shiddiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah.
3.	Menerapkan prinsip : a. Tolong menolong (<i>Ta'awun</i>) b. Memberi kemudahan (<i>At-Tasyir</i>) c. Lemah lembut (<i>Al-Layin</i>) d. Kekeluargaan (<i>Ukhuwah</i>)
4.	Meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik
5.	Jujur, tulus dan ikhlas
6.	Kreatif dan inovatif
7.	Disiplin, konsisten dan bertanggung jawab
8.	Memberikan layanan terbaik

9.	Menerapkan prinsip 3S (Senyum, Sapa, Salam)
10.	Menerapkan budaya perusahaan BHAKTI <ul style="list-style-type: none"> a. Berkembang b. Harmonis c. Amanah d. Kepuasan e. Transparan f. Integritas

Sumber: BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar memiliki beberapa standarisasi yaitu setoran awal pembukaan rekening lebih murah yaitu hanya dengan Rp.10.000 dan juga bebas biaya administrasi bulanan. Dari segi fasilitas, Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar juga memberikan fasilitas BBS mobile, layanan antar jemput tabungan, dan mesin ATM cardless dengan menggunakan kode yang diberikan ketika pembukaan rekening Tabungan Barokah. BBS mobile menyediakan berbagai fitur yang lengkap seperti untuk pembayaran, transfer dana dan juga untuk pembayaran PDAM, PLN Pasca Bayar, Telkom, PGN, BBSPay, dan pembelian produk digital (pulsa telepon, paket data, token PLN, *Top-Up Gopay*, dan *Top-Up OVO*). Sementara dari segi kualitas layanan, BPRS Bhakti Sumekar menerapkan prinsip budaya kerja BHAKTI yaitu, Berkembang, Harmonis, Amanah, Kepuasan, Transparan, dan Integritas serta memberikan pelayanan yang terbaik.¹³

Melihat beberapa standarisasi yang ditawarkan produk Tabungan Barokah dan kualitasn layanan BPRS Bhakti Sumekar ditengah persaingan yang ketat,

¹³ BPRS Bhakti Sumekar, <http://www.bhaktisumekar.co.id> diakses tanggal 10 Juni 2021 pukul 20.31 WIB.

penulis tertarik untuk meneliti tentang “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan** “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk dapat mempengaruhi minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ?
2. Apakah Kualitas Layanan dapat mempengaruhi minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ?
3. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dapat mempengaruhi terhadap minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan terhadap minat menabung nasabah pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian yaitu anggapan dasar tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang sudah diterima peneliti.¹⁴ Asumsi dasar pada penelitian ini yaitu sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap beberapa pilihan produk, konsumen terlebih dahulu melakukan pencarian informasi dan evaluasi alternatif mengenai produk yang akan mereka beli. Dan juga ada faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan suatu produk, diantaranya kualitas produk itu sendiri dan kualitas layanan.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.¹⁵

Hipotesis penelitian ini adalah:

¹⁴ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan Press, 2015), 10.

¹⁵ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27.

Ha.1 : Kualitas Produk mempengaruhi minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Ha.2 : Kualitas Layanan mempengaruhi minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Ha.3 : Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan mempengaruhi minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang bahasan bagaimana Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dapat mempengaruhi minat menabung nasabah.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian selanjutnya yang sejenis. Serta menambah wawasan keilmuan bagi Mahasiswa IAIN Madura, khususnya Prodi Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada masyarakat agar bisa menilai dan memilih produk dan perusahaan mana yang akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan sumber informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Dalam penelitian ini ada tiga faktor yang menjadi kajian, yaitu terdiri dari kualitas produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Minat Nasabah (Y). Adanya batasan agar variabel tetap dalam satu pembahasan. Seperti berikut:

a. Kualitas Produk¹⁶

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Daya tahan (*Durability*)
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Comformance to Specification*)

¹⁶ Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek*, 15-16.

- 4) Fitur (*Features*)
- 5) Kesan kualitas (*Perceived Quality*)

b. Kualitas Layanan¹⁷

- 1) Kepatuhan (*Compliance*)
- 2) Jaminan (*Assurance*)
- 3) Keandalan (*Reliability*)
- 4) Bukti Fisik (*Tangible*)
- 5) Empati (*Empaty*)
- 6) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

c. Minat Menabung¹⁸

- 1) Minat Transaksional
- 2) Minat Referensial
- 3) Minat Preferensial
- 4) Minat Eksploratif

2. Ruang Lingkup Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini di BPRS Bhakti Sumeker Kantor Cabang Pamekasan Jl. Mesigit No. 33 Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalah pahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul proposal skripsi ini, yakni “Pengaruh Kualitas Produk dan

¹⁷ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 1-12.

¹⁸ Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 45.

Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan”, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.¹⁹

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu hubungan sikap antara harapan (*ekspektasi*) dengan hasil (kinerja).²⁰ Kualitas layanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan kehendak konsumen, maka ukuran keberhasilan pelayanan tidak muncul dari pihak manajemen tapi dari konsumen itu sendiri. Anggota akan merasa puas apabila perusahaan bisa memenuhi harapan yang di inginkan oleh para konsumen. Seperti, memberikan pelayanan yang unggul, cepat dan tepat pada nasabah.

3. Minat

Minat yaitu tingkah laku seseorang dalam menginginkan sesuatu terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.²¹ Minat memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan kuat dengan perusahaan. Dimana dalam hal ini perusahaan memungkinkan untuk bisa memahami harapan dan kebutuhan konsumen, agar tetap berkesinambungan. Perusahaan harus beroperasi dan

¹⁹ Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, 37.

²⁰ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 25.

²¹ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 164.

berkembang secara efisien didalam persaingan yang semakin ketat, karena kinerja yang kurang baik dari suatu perusahaan didalam persaingan industri dapat membuat kehilangan pasarnya, baik itu dalam persaingan menarik nasabah, produk dan pelayanannya.

4. Tabungan Barokah

Tabungan Barokah adalah simpanan dana dalam bentuk tabungan rupiah dengan akad “ *wadi’ah* ” yaitu sebagai titipan murni yang akan membantu mengelola dana anda menjadi lebih barokah. Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar merupakan produk tabungan utama bagi nasabah perorangan untuk melakukan transaksi keuangan dengan akad *wadi’ah yad dhamanah* (Titipan).²²

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, penulis menemukan beberapa penelitian yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan Wasiyatur Rohmaniah dengan judul Pengaruh strategi *Diferensiasi* terhadap Keputusan Nasabah memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

²² BPRS Bhakti Sumekar, <http://www.bhaktisumekar.co.id> diakses tanggal 10 Juni 2021 pukul 20.31 WIB.

Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil analisisnya dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk, diferensiasi jasa, dan diferensiasi citra berpengaruh secara simultan terhadap adanya keputusan memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24,003 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,14, berarti nilai F_{hitung} $24,003 > F_{tabel}$ 2,14 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$. Hal ini menunjukkan bahwa Diferensiasi Produk, Diferensiasi Jasa, dan Diferensiasi Citra berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil uji t dari masing-masing variabel, Diferensiasi Produk (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar $1,939 > t_{tabel}$ 1,66071 (sig. $0,055 < 0,1$). Diferensiasi Jasa (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar $2,142 > t_{tabel}$ 1,66071 (sig. $0,35 > 0,1$) dan Diferensiasi Citra (X3) diperoleh t_{hitung} $4,425 > T_{tabel}$ 1,66071 (nilai Sig. Sebesar $0,000 < 0,1$). Hal ini berarti masing-masing variabel dari strategi diferensiasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Dapat diketahui juga dari hasil uji koefisien determinasi yaitu nilai R^2 sebesar 0,431 (43,1%). Menunjukkan sebesar 43,1 % menerangkan variabel Dependen. Yaitu 43,1 % dipengaruhi oleh variabel independen (diferensiasi

produk, diferensiasi jasa, dan diferensiasi citra). Sedangkan sebesar 56,9 % sisanya, dipengaruhi oleh variabel lain.²³

2. Penelitian yang dilakukan Yenny Kuratul Aini dan Wadhan dengan judul Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Diperoleh hasil penelitian bahwa antara strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses) berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah Bprs Bhakti Sumekar Kc. Pamekasan, dimana hasil uji t menyatakan bahwa ke tujuh indikator dari variabel bauran pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Proses) mempunyai nilai sig.sebesar 0,001, 0,000, 0,002, 0,000, 0,000, 0,000, 0,000. Dimana semua nilai sig. < 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_a berpengaruh. Untuk F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} (F_{hitung} sebesar 156,689 > F_{tabel} sebesar 3,86) dengan tingkat protabilitas 0,000 yang kurang dari $\alpha = 0,05$. Untuk R Square sebesar 0,699 atau 69,9 %. Sehingga sebanyak 69,9 % dipengaruhi variabel penelitian dan sisanya 30,1 % dipengaruhi variabel lain.²⁴

3. Penelitian yang dilakukan Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada

²³ Wasiyatur Rohmaniyah, Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Barokah Bprs Bhakti Sumekar Kc Pamekasan, (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2020).

²⁴ Yenny Kuratul Aini dan Wadhan, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.", *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, no. 2 (Desember, 2016).

Lembaga Keuangan Mirko Syariah. Metode yang digunakan yaitu analisis Regresi Linear berganda. Dapat diketahui besarnya R Square sebesar 0,462 atau 46,2 %. Maka dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sementara antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dengan tingkat signifikansi $0,198 > 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa H_2 ditolak H_0 diterima. Sedangkan antara variabel produk terhadap minat nasabah mempunyai tingkat signifikansi $0,0893 > 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa H_3 ditolak dan H_0 diterima. Dan antara variabel religilitas terhadap minat nasabah mempunyai tingkat signifikansi $0,039 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditola.²⁵

4. Penelitian terdahulu dengan judul pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan promosi terhadap minat menabung pada bank syariah cabang Ulak Kota Padang diteliti oleh Vitho Siga H. Dan Nazaruddin. Metode yang digunakan yaitu analisis uji Regresi Linear Berganda dengan R Square 0,725 atau 72,5 %. Dapat dinyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat menabung sebesar 72,5 % dan sisanya 27,5 % dipengaruhi variabel lain. T_{hitung} dari kualitas layanan (X1) sebesar 5.971 dengan nilai sig. 0,000. Artinya nilai $t_{hitung} 5,971 > t_{tabel} 1,672$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) mempengaruhi variabel minat menabung (Y). Kemudian nilai $t_{hitung} X_2 (-$

²⁵ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4, no.2 (2018).

1,301) < t_{tabel} 1,672 dengan nilai sig. 0,198 > 0,005. Sehingga dapat disimpulkan variabel kepercayaan (X2) tidak mempengaruhi variabel minat menabung (Y). Sedangkan variabel (X3) promosi mempunyai nilai t_{hitung} 3,220 > 1,672 dengan nilai sig. 0,002 < 0,005. Untuk variabel promosi (X3) nilai t hitung adalah 3,220 atau nilai sig adalah 0,002. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X3) mempengaruhi variabel minat menabung (Y).²⁶

5. Penelitian yang dilakukan Dedy Trisnadi, Ngadino Surip dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro) Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda dan hasil analisisnya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai nilai t_{hitung} 3,851 > t_{tabel} 1,99 dan nilai sig 0,000 dan 0,001 < 0,05. Artinya kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi minat menabung kembali. T_{hitung} kualitas layanan 3,401 > t_{hitung} 1,99. Artinya kualitas layanan mempengaruhi minat menabung kembali. R Square yang diperoleh sebesar 0,937 (93,7 %). Artinya sebesar 93,7 % dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan kualitas layanan sedangkan sisanya sebesar 6,3 % dipengaruhi variabel lain.²⁷

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

²⁶ Nazaruddin Aziz Dan Vito Shiga H, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang". *Jurnal Pundi*, Vol.03, No. 03, November 2019.

²⁷ Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro)", *Jurnal Mix*, Volume 6, No. 3, Oktober 2013.

Tabel 1.3
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Wasiyatur Rohmaniah (2020)	Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Barokah Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan	Sama-sama menggunakan Produk Tabungan Barokah dan Objek yang sama Di Bprs Bhakti Sumekar Kc. Pamekasan.	Perbedaan : Pada Variabel X peneliti Wasiyatur Rohmaniah menggunakan Strategi Diferensiasi sedangkan penelitian saya menggunakan kualitas layanan dan kualitas produk. Variabel Y nya menggunakan Keputusan Nasabah sedangkan penelitian saya adalah minat nasabah.
2	Yenny Kuratul A. Dan Wadhan. (2016)	Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan loyalitas	Pada variabel X sama-sama ada variabel Kualitas Produk dan Kualitas layanan. Objek	Perbedaan : Pada variabel X peneliti mencakup bauran pemasaran

		nasabah di Bprs Bhakti Sumekar Kc. Pamekasan.	penelitian Sama-sama di Bprs Bhakti Sumekar Kc. Pamekasan.	sedangkan penelitian saya hanya menggunakan dua variabel bauran pemasaran yaitu variabel kualitas produk dan kualitas layanan. Variabel Y peneliti menggunakan Loyalitas Nasabah sedangkan penelitian saya menggunakan Minat Nasabah.
3	Abdul Haris R. Dan Dita Ratnasari. (2019)	Pengaruh pengetahuan, kualitas layanan, kualitas produk dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan	Sama-sama menggunakan variabel X Kualitas produk dan kualitas layanan. Variabel Y sama-sama menggunakan variabel minat.	Perbedaan : Pada penelitian Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari menggunakan empat variabel sedangkan penelitian saya menggunakan dua variabel.

		mikro syariah		
4	Nazaruddin A. Dan Vito Shiga H.	Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan promosi terhadap minat menabung nasabah pada bank syariah cab. Ulak Karang Padang	Sama-sama menggunakan variabel X kualitas layanan. Variable Y sama-sama menggunakan minat nasabah menabung.	Perbedaan : Pada penelitian Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo menggunakan tiga variabel X sedangkan pada penelitian saya menggunakan dua variabel. Pada variabel Y nya minat menabung nasabah secara umum, sedangkan pada penelitian saya minat menabung pada produk tabungan barokah.
5	Dedy Trisnadi, Ngadino Surip	Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat	Sama-sama menggunakan variable X kualitas produk dan kualitas layanan. Sama- sama menggunakan	Perbedaan : pada variabel Y peneliti menggunakan minat menabung secara umum sedangkan pada penelitian saya

		Menabung Kembali Di Cimb Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro)	variabel Y minat menabung.	minat mebanung pada produk tabungan barokah.
--	--	---	----------------------------	--

