

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENERAPAN NILAI ISLAM  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK MUAMALAT  
KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA**

**Mhd. Rizky Al Akbar**

UIN Sumatera Utara Medan  
mhd.rizky25@gmail.com

**Sugianto**

UIN Sumatera Utara Medan  
sugianto@uinsu.ac.id

**Aqwa Naser Daula**

UIN Sumatera Utara Medan  
aqwanaserdaulay@uinsu.ac.id

**Abstract:** This study aims to analyze the effect of Product Quality and Application of Islamic Values on Customer Satisfaction. The research method used is quantitative methods. This study uses Non Probability Sampling. The sample in this study amounted to 87 respondents. The data collection instrument used a questionnaire. The dependent variable is the Customer Satisfaction variable and the independent variable is Product Quality and the Application of Islamic Values at Bank Muamalat Medan Branch Office. The data analysis method used is multiple regression. The results of this study indicate that (1) product quality has a partially significant effect on customer satisfaction; (2) the application of Islamic values partially significant effect on customer satisfaction; (3) product quality and application of Islamic values simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat Medan Branch.

**Keywords:** Application of Islamic Values, Customer Satisfaction, Product Quality

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 87 responden. Instrument pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Pada variabel terikat yaitu variabel Kepuasan Nasabah dan variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan. Metode yang analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah; (2) penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah; (3) kualitas produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan.

**Kata Kunci:** Kepuasan Nasabah, Kualitas Produk, Penerapan Nilai Islam

## **Pendahuluan**

Pertumbuhan produk perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di Negara Republik Indonesia, yang penduduknya mayoritas muslim, bahkan muslimnya terbesar di dunia, jauh tertinggal bila dibandingkan di Amerika yang penduduk muslimnya sangat kecil. Bank Muamalat Indonesia berdiri berawal dari produk perbankan syariah. Saat ini kaum muslimim Indonesia sudah dapat berinvestasi lewat berbagai bentuk investasi secara syariah (Ali, 2008).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas (Antonio, 2000). Kepuasan merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan Konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut yang menguntungkan perusahaan (Setyawan, 2013).

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka pencipta produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat dipertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini (Kasmir, 2005).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen karena kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Kualitas produk dikatakan baik apabila harapan produk

bisa memberikan kepuasan terhadap nasabahnya dan nasabah bisa mendapatkan apa yang dikehendaki sesuai kebutuhannya.

Dalam praktek perbankan syariah penerapan nilai Islam harus dijalankan karena setiap akad (Transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan agar terciptanya kepuasan tersendiri bagi nasabah dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Medan agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah di Medan. Untuk mempertahankan nasabahnya, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Medan menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya, Bank Muamalat PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Medan memiliki standart yang sama dalam mengukur pelayanan yang baik. Selain menerapkan nilai Islam yang terbaik, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Medan selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya (Exmawati, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan penerapan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah.

## **Kajian Literatur**

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan (Dedylondong, 2018). Jika konsumen puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkannya, maka ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali. Ia akan memberitahukan dan memberikan

efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Tipe ini disebut dengan Opostles (Al Arif, 2010).

### **Penerapan Nilai Islam**

Islam sebagai agama, memuat ajaran yang bersifat universal dan komperatif. Universal artinya bersifat umum, dan komprehensif artinya mencakup seluruh bidang kehidupan manusia. Maka tidak ada satu aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran Islam, termasuk aspek ekonomi yang di dalamnya terdapat aspek perhubungan dan aspek perbankan (Muhammad, 2008).

Dalam nilai islam, kepuasan nasabah mempunyai beberapa faktor, yaitu : (1) Prinsip keadilan. Dengan sistem operasional yang berdasarkan “profit and loss sharing system”, konsep syari’ah mengajarkan menyangga usaha secara bersama, baik dalam membagi keuntungan atau sebaliknya menanggung kerugian; (2) Prinsip kesederajatan. Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana , maupun Bank; (3) Prinsip kebebasan. Al-hurriyah (kebebasan) merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad (freedom of making contract). Bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi di kemudian hari. Asas kebebasan berkontrak dalam hukum Islam dibatasi oleh ketentuan syariah Islam.

Dalam membuat perjanjian ini tidak boleh ada unsur paksaan, kehilafan dan penipuan; (4) Prinsip kerelaan, al-ridha (kerelaan) merupakan asas atau nilai-nilai yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan dan mis-statement; (5) Prinsip kebenaran dan kejujuran. Ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam perjanjian atau akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar; (6) Tertulis. Al-kitabah (tertulis) merupakan asas

atau nilai-nilai yang mengatur bahwa setiap perjanjian atau akad hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian di kemudian hari (Muhammad, 2005).

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya (Setyawan, 2013). Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

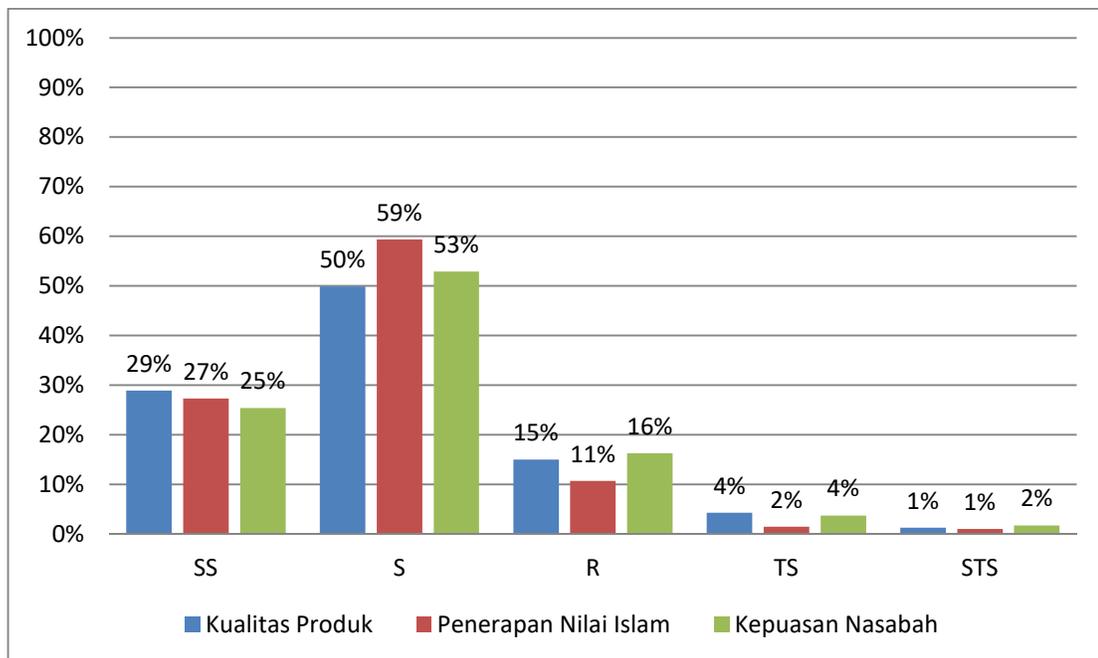
Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan (Nasution, 2001). Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yaitu produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpun dana (*funding*), dan produk jasa (*service*) (Adiwarman, 2004).

### **Metode Penelitian**

Desain dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif. Desain penelitian asosiatif ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan data yang digunakan, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Dimana dalam penelitian ini akan membahas pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Penerapan Nilai Islam (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Penelitian Ini dilakukan pada bulan Agustus 2020 pukul 08.00 di Bank Muamalat Jl. Balai Kota No. 10 D-E, Kesawan, Medan Bar, Kota Medan Sumatera Utara. Sampel yang diambil sebanyak 87 nasabah dari jumlah populasi sebanyak 6750 orang nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Medan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu, (1) Data primer yang dikumpulkan melalui metode penyebaran Kuesioner; (2) Data sekunder yang berasal dari penelitian kepustakaan yang dapat memberikan landasan teori. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, jurnal-jurnal ilmiah, internet, dan lain sebagainya. Metode analisa ini digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji kualitas data (ujivaliditas dan uji reabilitas), uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

## Hasil Dan Pembahasan



Gambar 1 Perbandingan Jawaban Responden Pada Setiap Variabel

Gambar di atas menggambarkan tentang jawaban responden pada setiap angket yang diberikan. Pada variabel kualitas produk terdapat 49% jawaban setuju (S), 28% jawaban sangat setuju (SS), 15% jawaban ragu (R), 4% jawaban tidak setuju (TS), dan 1% jawaban sangat tidak setuju (STS). Pada variable penerapan nilai Islam terdapat 59% jawaban setuju (S), 27% jawaban sangat setuju (SS), 10% jawaban ragu (R), 1% jawaban tidak setuju (TS), dan 1% jawaban sangat tidak setuju (STS).

Pada variabel kepuasan nasabah terdapat 52% jawaban setuju (S), 25% jawaban sangat setuju (SS), 16% jawaban ragu (R), 3% jawaban tidak setuju (TS), dan 1% jawaban sangat tidak setuju (STS).

Ketiga variable tersebut didominasi oleh jawaban setuju (S) yang artinya rata-rata responden setuju bahwa kualitas produk Bank Muamalat Indonesia tbk Kantor Cabang Medan sangat baik. Penerapan nilai Islam di bank tersebut juga sangat baik. Sehingga kepuasan nasabah juga sangat baik.

Tabel 1 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,867 <sup>a</sup>	0,752	0,747	2,352	1,064

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,752 atau 75,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk dan nilai islam mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 75,2%, sedangkan sisanya sebesar 24,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 2 Uji t

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,156	2,300		1,372	,174
1					
Kualitas Produk	0,413	0,083	0,428	5,005	0,000
Nilai Islam	0,487	0,084	0,493	5,767	0,000

Hasil uji t untuk kualitas produk (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan nilai Sig 0,000 dan t hitung menunjukkan nilai 5,005 artinya nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,005 > 1,98861$ ), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Ini berarti kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota.

Hasil uji t untuk penerapan nilai islam (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan nilai Sig 0,000 dan t hitung menunjukkan nilai 5,767 artinya nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,767 > 1,98861$ ), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Ini berarti penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota.

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat pada Tabel 2 menyatakan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel penerapan nilai islam, karena memiliki nilai beta 0,493 dan memiliki nilai sig sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai-nilai dari indikator penerapan nilai islam memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 3 Uji F

<b>Model</b>	<b>sum of squares</b>	<b>df</b>	<b>mean square</b>	<b>F</b>	<b>.Sig</b>
Regression	1412.882	2	706.441	127.677	0.000 <sup>b</sup>
Residual	464.773	84	5.533		
Total	1877.655	86			

Berdasarkan tabel 4.20 diperoleh nilai (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05, maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3,156	2,300		1,372	0,174	
1	Kualitas Produk	0,413	0,083	0,428	5,005	0,000
	Nilai Islam	0,487	0,084	0,493	5,767	0,000

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficient pada kolom unstandardized dalam kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 3,156, sedangkan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Produk sebesar 0,413 dan Nilai Islam sebesar 0,487.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,156 + 0,413 KP + 0,487 NI$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 3,156 satuan hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel Kualitas Produk dan variabel Nilai Islam mempunyai nilai 0, maka variabel Kepuasan Nasabah sebesar 3,156 satuan.
2. Setiap kenaikan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai Variabel Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balakota sebesar 41,3 satuan. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk mengalami penurunan

sebesar 1 satuan maka nilai variabel Kepuasan Nasabah akan mengalami penurunan sebesar 41,3 satuan.

3. Setiap kenaikan nilai koefisien regresi variabel Penerapan Nilai Islam sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota sebesar 48,7 satuan. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai koefisien regresi variabel Penerapan Nilai Islam mengalami penurunan 1 satuan maka nilai variabel Kepuasan Nasabah akan mengalami penurunan sebesar 48,7 satuan.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota. Hasil penelitian ini relevan dengan teori Juran yang menyatakan, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan (Nasution, 2001). Dari teori tersebut menjelaskan bahwa kecocokan penggunaan kualitas produk itu didasari dengan lima ciri utama yaitu, teknologi meliputi kekuatan atau daya tahan, psikologis meliputi citra rasa dan status, waktu meliputi kehandalan, kontraktual meliputi adanya jaminan dan etika meliputi sopan santun, ramah dan jujur.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Didik Kurniawan, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah)” (Kurniawan, 2020) secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel kualitas produk dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota. Pengaruh positif yang ini mengindikasikan bahwa semakin besarnya tingkat penerapan nilai islam yang dimiliki pihak bank maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian ini relevan dengan teori yang menyatakan bahwa penerapan nilai Islam pada perbankan syariah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syariah, dalam hal ini yang terkait dengan bisnis perbankan. Perbankan Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan hadits (Perwataanmadja dan Antonio, 1992).

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Widyanti, dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Asri Tulungagung” (Widyanti, 2015), secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel Penerapan Prinsip-prinsip Syariah dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai Islam di Bank Muamalat Medan dilaksanakan dengan baik seperti dengan nama lembaga tersebut, jadi Bank Muamalat Medan adalah Bank yang tidak hanya mengandalkan nama syariah tetapi juga menerapkan nilai syariah dengan baik.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan penerapan nilai islam berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota. Kualitas produk dan penerapan nilai islam menjadi variabel yang penting mengingat pengaruhnya sangat berdampak pada kepuasan nasabah terutama pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota.

Kualitas produk dan penerapan nilai Islam menjadi variabel yang penting mengingat pengaruhnya sangat berdampak pada Kepuasan Nasabah terutama pada Nasabah Bank Muamalat Medan. Hasil Penelitian inipun selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan (2013) dan Widyanti (2015).

## Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan. Penerapan Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan. Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan. Bank Muamalat Kantor Cabang Medan diharapkan dapat mempertahankan atau lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan penerapan nilai islam dengan baik. Semakin Bank Muamalat menerapkan nilai Islam dengan baik maka nasabah akan semakin puas dengan produk tersebut karena kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan terlihat dari nilai Islam yang telah diterapkan di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan sehingga nasabah merasa aman dengan produk Bank tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, M. Syafi'i. (2000). *Bank Islam: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Setyawan, Bagus Dwi. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Exmawati, Septiana Dwi. (2014). *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Londong, Dedy. (2012). *Kepuasan Pelanggan*.  
<http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html>. diakses pada tanggal 21 Januari 2020.

- Al Arif, Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Muhammad. (2008). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. (2005). *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Karim, Adiwarmen A. (2004). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Didik. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BPD DIY Syariah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga .
- Perwataanmadja, Karnaen & Antonio, Muhammad Syafi'i. (1992). *Apa dan bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Widyanti, Dycky. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Asri*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.