

Kepuasan Nasabah Deposito Mudharabah BMT Ahmad Dahlan Cawas: Peran Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

Nadia Choirunnisa*, Fajar Santoso

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta

Email: nchoirunnisa75@gmail.com¹, fajarsantoso@staff.uinsaid.ac.id²

*) Corresponding Author

Submitted: 20 Mar 2025
Revised: 22 Mei 2025
Accepted: 28 Mei 2025
Published: 29 Mei 2025

How to Cite:

Choirunnisa, N., & Santoso, F. (2025). Customer Satisfaction of BMT Ahmad Dahlan Cawas Mudharabah Deposits: The Role of Service Quality and Product Quality. *Jurnal Iqtisaduna*, 11(1). Retrieved from <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/56191>



Copyright © 2025 by Authors

ABSTRACT

The study was conducted to determine the influence of service and product quality on customer satisfaction with mudharabah deposits at BMT Ahmad Dahlan Cawas. This type of research is quantitative research with primary data. The data obtained came from questionnaires distributed directly to 91 respondents who were used as samples. The data analysis method used multiple linear regression analysis with the SPSS for Windows 26 application. The study's results showed that service quality partially positively and significantly affected customer satisfaction. Product quality did not have a significant effect on customer satisfaction. The situation in the field showed that separate internal factors made customers use mudharabah deposit products at BMT Ahmad Dahlan Cawas. Service quality and product quality simultaneously affected customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah deposito mudharabah di BMT Ahmad Dahlan Cawas. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan data primer. Data yang didapatkan berasal dari penyebaran kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada 91 responden yang dijadikan sebagai sampel. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS for windows 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keadaan di lapangan menunjukkan bahwa terdapat faktor internal yang membuat nasabah menggunakan produk deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas. Dan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Ekonomi Islam yang terus tumbuh dan berkembang semakin menunjukkan keberadaannya di kalangan masyarakat. *Dinar standard* yang merupakan firma riset dan konsultasi, menyajikan laporan *SGIE* dari 81 negara yang menjadi tolak ukur. *Pada State of the Global Islamic Economy Report 2023-2024*, Indonesia naik ke posisi tiga sebagai negara dengan perkembangan ekonomi Islam terbaik setelah Malaysia dan Arab Saudi. Laporan tersebut juga menunjukkan investasi pada perusahaan yang relevan dengan ekonomi Islam meningkat secara signifikan sebesar 128 persen pertumbuhan tahunan dengan lebih dari 55 persen investasi dalam kategori keuangan Islam. Sehingga dikatakan ekonomi Islam menunjukkan tanda-tanda dampak yang menjanjikan (Liaqat, 2023).

Merger bank umum syariah yang dilakukan Indonesia tentu berdampak pada perkembangan ekonomi Islam. Bank Syariah Indonesia dapat memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas dan peningkatan permodalan sehingga mampu bersaing di pasar global. Pencapaian yang telah dicapai tersebut di masa mendatang diharapkan mampu membuat ekonomi Islam memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang lebih maksimal (Irawan et al., 2023). Adanya perbankan syariah juga telah mempengaruhi operasi Lembaga keuangan syariah lainnya seperti *Baitul Maal wat Tamwil* yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang hadir di lingkungan masyarakat.

Baitul Mal wat Tamwil merupakan salah satu wujud kehadiran lembaga keuangan syariah di tengah masyarakat. BMT hadir dengan seluruh operasional yang didasarkan pada prinsip syariah dan penerapan sistem bagi hasil untuk mencapai keuntungan (Alviani et al., 2023). BMT menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, dalam operasionalnya BMT juga dapat mengelola dana amal seperti zakat, infak dan sedekah (Hasyim et al., 2023). Kehadiran BMT dimaksudkan untuk membantu masyarakat dalam penyimpanan dana dan membantu pengembangan usaha produktif sehingga dapat meningkatkan ekonomi pengusaha kecil dan menengah (Ladiska et al., 2020). BMT Ahmad Dahlan Cawas merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang dibina oleh Majelis Ekonomi Pimpinan Cabang Muhammadiyah Cawas yang bertujuan untuk meningkatkan dan menyejahterakan perekonomian masyarakat. BMT Ahmad Dahlan Cawas mengedepankan prinsip-prinsip syariah tanpa adanya unsur riba. BMT Ahmad Dahlan tentunya memiliki produk untuk memenuhi kebutuhan anggota seperti pembiayaan hingga simpanan berjangka berupa deposito mudharabah.

Deposito mudharabah merupakan instrumen investasi halal. Dana yang digunakan untuk deposito merupakan dana lebih yang ada untuk masa depan. Nasabah menggunakan deposito untuk memperoleh keuntungan dari bagi hasil yang didapatkan setiap bulan dalam waktu dan akad yang disetujui (Alwi & Tillah, 2022). Menurut Caroline et al., (2021) deposito mudharabah merupakan simpanan dana dengan akad mudharabah yang dilakukan *shahibul maal* dan *mudharib* yang sesuai dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan ketika jatuh tempo dengan bagi hasil sesuai kesepakatan di awal.

Pemahaman masyarakat yang baik terkait keuangan memang dapat memberikan banyak manfaat seperti kebiasaan menabung dan melakukan investasi. Deposito mudharabah yang merupakan instrumen investasi halal dapat menjadi pilihan. Pada BMT Ahmad Dahlan Cawas, produk deposito mudharabah menjadi salah satu produk yang memiliki cukup banyak peminat. Pada tahun sebelumnya, terdapat kasus dana nasabah macet sebesar 1,8 miliar pada KSU BMT HU Klaten. Dimana dana tersebut termasuk dalam rekening tabungan pribadi, kelompok, pengajian, tabungan haji, saham pendiri dan deposito (Syauqi, 2023). Fenomena ini perlu diperhatikan, walaupun hal ini bukan berarti BMT Ahmad Dahlan tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Namun, diperlukan cara untuk mengetahui banyaknya peminat deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan. Hal itu dapat berpengaruh pada kepercayaan dan stabilitas BMT Ahmad Dahlan Cawas.

Pada Lembaga keuangan, layanan yang diberikan menjadi penentu kepuasan nasabah yang diharapkan. Dalam hal ini, pelayanan dengan prinsip *maslahah*, amanah dan *ta'awun* yang dijadikan landasan operasional dapat membuat sistem yang lebih adil, berkelanjutan dan menguntungkan bagi semua pihak (Nurhadi, 2020). Oleh karena itu, diharapkan BMT Ahmad Dahlan dapat menjalankan prinsip-prinsip tersebut dalam operasionalnya sehingga dapat sesuai dengan arah ekonomi Islam.

Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan dapat dicapai dengan memberikan pelayanan yang memuaskan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan nasabah (Isabella et al., 2022). Menurut Kotler et al., (2022), mendefinisikan kepuasan sebagai suatu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan atau mengukur suatu kinerja produk atau layanan dengan yang diharapkan. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari sikap yang ditunjukkan atas suatu barang atau jasa setelah diperoleh dan digunakan. Kepuasan nasabah dapat memberikan keuntungan karena mereka akan kembali melakukan transaksi dan membagikan ulasan yang positif (Habibulloh & Jauhariyah, 2022). Dalam perspektif Islam, kepuasan pelanggan merupakan ukuran sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam Islam kepuasan juga dikenal dengan *maslahah* yakni sesuatu yang baik dan dapat memberikan manfaat, kebaikan, serta kesenangan untuk setiap manusia. Kemudian, *maslahah* tersebut dapat mendatangkan keberkahan karena telah dapat memberikan manfaat kepada manusia lainnya. Namun, aktivitas konsumsi dalam Islam juga dibatasi oleh sifat kehalalan dan keharaman yang digariskan oleh *syara*. Karena itu, etika dan prinsip Islam harus dipertimbangkan saat memenuhi kepuasan pelanggan (Adimah et al., 2022).

Kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh secara langsung pada kepuasan nasabah. dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan nasabah dapat terbangun dan tercipta (Supriyanto et al., 2021). Menurut Kotler et al., (2022) layanan didefinisikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh satu entitas untuk entitas lain yang dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian tingkat layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan yang diharapkan (Meilani & Sugiarti, 2022). Pada lembaga keuangan syariah, kualitas

pelayanan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah akan menciptakan kepuasan yang tidak ditemukan pada lembaga keuangan konvensional (Wardani & Sukardi, 2023). Kepuasan menjadi kunci keberhasilan Lembaga keuangan sebagai penyedia jasa dan menjadi komitmen utama yang perlu dipertahankan (Hasyim, 2021). Dengan itu kualitas pelayanan dijadikan prioritas yang utama pada Lembaga keuangan yang bisa menjadi tolak ukur keunggulan daya saing (Damayanti, 2023).

Selain kualitas pelayanan, ada juga faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yakni kualitas produk. Produk yang bias memenuhi harapan dianggap berkualitas dan memiliki nilai lebih daripada produk lain dalam kategori yang sama (Alviani et al., 2023). Kualitas produk menjadi kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan ciri-ciri lainnya (Putra, 2021). Winanti et al., (2021) mengemukakan bahwa produk yang ditawarkan harus diuji kualitasnya karena bagi pelanggan kualitas produk yang digunakan menjadi hal penting. Rachman & Mumtahaen, (2023) menambahkan jika nasabah merasa puas dengan suatu produk maka akan digunakan secara berulang dan menyarankan kepada orang lain.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas. Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu oleh (Zulianto et al., 2024) dengan topik yang sama tetapi berbeda obyek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam persaingan pada lembaga keuangan, menciptakan kepuasan menjadi hal yang perlu diperhatikan dan dipertahankan. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk mengukur kepuasan nasabah deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk menjadi variabel independen terhadap Kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Dengan pendekatan ekonomi Islam maka dalam konsep kualitas pelayanan digunakan model *CARTER* yang lebih sesuai mencakup perilaku Islami akan kepatuhan suatu entitas usaha atau produk dengan prinsip-prinsip syariah. Sehingga lebih sesuai untuk mengukur kepuasan nasabah deposito mudharabah sebagai instrumen investasi halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) metode kuantitatif menjadi metode pengumpulan data berdasarkan instrumen-instrumen penelitian pada populasi atau sampel data tertentu. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei dengan kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Seluruh nasabah yang memiliki deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas menjadi populasi pada penelitian ini dengan jumlah 1.025 nasabah. Pada penelitian ini, *non probability sampling* dengan *purposive sampling* menjadi teknik pengambilan sampel. Kriteria ditentukan peneliti, yakni responden merupakan nasabah BMT Ahmad Dahlan Cawas, responden memiliki deposito mudharabah. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 91 responden, yang ditentukan dengan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi *SPSS for windows 26*. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi *SPSS for windows 26* sebagai alat ukur. Teknik analisis data dalam penelitian ini yang pertama uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat apakah kuesioner memenuhi syarat. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Perhitungan metode regresi linear berganda menggunakan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots (1)$$

Analisis data yang terakhir yaitu melakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah proses untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian atau analisis memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan. Tujuan uji kualitas data adalah untuk memastikan bahwa data akurat, valid, reliabel, dan lengkap. Uji kualitas data sangat penting karena data yang buruk dapat menghasilkan analisis yang salah dan kesimpulan yang tidak valid. Pada penelitian ini uji kualitas data dilakukan untuk mengetahui apakah item-item pernyataan yang ada telah sesuai dan apakah item pernyataan mampu untuk mengukur kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Ahmad Dahlan telah sesuai dengan prinsip syariah. Uji kualitas data yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

- **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa semua item pertanyaan valid dilakukan uji validitas pada penelitian ini dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Signifikan	α	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1a	0.608	0.2061	0.000	0.05	Valid
	X1.1b	0.583	0.2061	0.000	0.05	
	X1.2a	0.467	0.2061	0.000	0.05	
	X1.2b	0.575	0.2061	0.000	0.05	
	X1.3a	0.709	0.2061	0.000	0.05	
	X1.3b	0.706	0.2061	0.000	0.05	
	X1.4a	0.367	0.2061	0.000	0.05	
	X1.4b	0.577	0.2061	0.000	0.05	
	X1.5a	0.744	0.2061	0.000	0.05	
	X1.5b	0.708	0.2061	0.000	0.05	
	X1.6a	0.669	0.2061	0.000	0.05	

	X1.6b	0.730	0.2061	0.000	0.05	
	X2.1a	0.581	0.2061	0.000	0.05	
	X2.1b	0.638	0.2061	0.000	0.05	
	X2.2a	0.712	0.2061	0.000	0.05	
	X2.2b	0.447	0.2061	0.000	0.05	
	X2.3a	0.655	0.2061	0.000	0.05	
	X2.3b	0.515	0.2061	0.000	0.05	
	X2.4a	0.617	0.2061	0.000	0.05	
Kualitas Produk	X2.4b	0.621	0.2061	0.000	0.05	Valid
	X2.5a	0.466	0.2061	0.000	0.05	
	X2.5b	0.570	0.2061	0.000	0.05	
	X2.6a	0.375	0.2061	0.000	0.05	
	X2.6b	0.366	0.2061	0.000	0.05	
	X2.7a	0.618	0.2061	0.000	0.05	
	X2.7b	0.747	0.2061	0.000	0.05	
	X2.8a	0.716	0.2061	0.000	0.05	
	X2.8b	0.663	0.2061	0.000	0.05	
	Y.1a	0.631	0.2061	0.000	0.05	
	Y.1b	0.746	0.2061	0.000	0.05	
Kepuasan Nasabah	Y.2a	0.758	0.2061	0.000	0.05	Valid
	Y.2b	0.816	0.2061	0.000	0.05	
	Y.3a	0.738	0.2061	0.000	0.05	
	Y.3b	0.758	0.2061	0.000	0.05	

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Analisis *Pearson* digunakan untuk membuktikan validitas pada penelitian ini. Digunakan uji dua arah dengan tingkat signifikan 0.05, dan jumlah data (n) sebanyak 91 didapatkan nilai r tabel sebesar 0.2061. Hasilnya menunjukkan semua item pernyataan setiap variabel dinyatakan valid karena mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel atau sig $<$ 0.05. Dengan begitu ini juga menunjukkan bahwa semua item pernyataan juga telah sesuai dan mampu untuk mengukur kualitas pelayanan dan kualitas produk pada BMT Ahmad Dahlan yang telah sesuai dengan prinsip syariah.

• Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu alat ukur bisa dipercaya. Penelitian ini melakukan uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.841	0.60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.870	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.884	0.60	Reliabel

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan semua variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah dikatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.60 dan bisa dikatakan tingkat reliabilitasnya sangat andal. Hal ini juga diartikan bahwa item pernyataan sangat reliabel untuk mengukur kualitas

pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan prinsip syariah pada BMT Ahmad Dahlan

Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui hasil uji normalitas, hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardizes Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05261058
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.094
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.093
Point probability		.000

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Hasilnya ditunjukkan pada tabel di atas dan dilihat dari nilai Exact Sig. (2-tailed) $0.093 > 0.05$. Sehingga pada penelitian ini disimpulkan *Kolmogorov-Smirnov* terdistribusi normal.

- **Uji Multikolinearitas**

Untuk melihat model regresi terdapat hubungan korelasi yang kuat atau tidak antara variabel independennya digunakan uji multikolinearitas. Hasilnya pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan (X1)	.848	1.179
	Kualitas Produk (X2)	.848	1.179

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Hasil tabel di atas menunjukkan nilai toleransi setiap variabel lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF yang lebih rendah dari 10, maka bisa disimpulkan penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah nilai regresi terdapat ketidaksamaan varians pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-890	1.433		-.621	.536
	Kualitas Pelayanan (X1)	.024	.024	.116	1.008	.316
	Kualitas Produk (X2)	.004	.017	.028	.242	.810

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan hasil bahwa setiap variabel terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang ditunjukkan dengan variabel Kualitas Pelayanan (X1) mendapat nilai signifikan $0.310 > 0.05$, dan variabel Kualitas Produk (X2) mendapat nilai signifikan sebesar $0.810 > 0.05$.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Costant)	10.908	2.094		5.209	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.230	.035	.574	6.580	.000
	Kualitas Produk (X2)	.049	.026	.167	1.919	.058

Dependent variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Pengolahan data yang ditunjukkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10.908 + 0,230X_1 + 0,049X_2 + e$$

Persamaan dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 10.908 ini diartikan bahwa tanpa adanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2), sudah terdapat nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 10.908 poin.
- Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) senilai 0.230 dengan angka positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayan sebesar 0.230, maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.230.
- Koefisien regresi kualitas produk (X2) senilai 0.049 dengan angka positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0.049, maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.049.

Uji Hipotesis

- Uji Koefisien determinasi (R^2)**

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besaran persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau simultan. Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.432	.419	1.065

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Hasil didapatkan nilai koefisien determinasi 0.432 atau 43,2%. Nilai ini menjelaskan jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) dapat menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 43,2% dan untuk 56,8% sisanya akan dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai *Adjusted R Square* yang semakin tinggi membuat variabel bebas semakin tinggi dapat menjelaskan variansi variabel terikat.

- **Uji Simultan (Uji f)**

Dalam penelitian, uji f dilakukan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	75.943	2	37.971	33.509	.000 ^b
	Residual	99.719	88	1.133		
	Total	175.662	90			

a. Dependent variable: Kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas Pelayanan, kualitas Produk

Sumber: Sumber Data Diolah (2025)

Hasil pengujian secara simultan yang ditunjukkan pada tabel diatas didapatkan f hitung $33.509 > f$ tabel 3.10 dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

- **Uji Parsial (Uji t)**

Dilakukan uji t untuk menentukan signifikansi secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Berdasarkan pengolahan data pada tabel 6 menunjukkan hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan dengan t hitung $6.580 > t$ tabel 0.2072 dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Variabel kualitas produk mendapatkan t hitung $1.919 > t$ tabel 0.2072 dan nilai signifikan $0.058 > 0.05$. Maka bisa dikatakan hipotesis H1 diterima dan H2 ditolak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Deposito Mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas

Berdasarkan pengolahan data didapatkan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah deposito mudharabah di BMT Ahmad Dahlan Cawas. Berdasarkan hasil uji t, yang mendapatkan nilai t hitung $6.580 > t$ tabel 0.2072 dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dengan demikian maka Hipotesis pertama (H1) diterima, yang artinya Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

kepuasan nasabah deposito mudharabah BMT Ahmad Dahlan Cawas. Hasil ini relevan dan konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Damayanti (2023) dan Rachman & Mumtahaen (2023) yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada lembaga keuangan syariah.

Dalam konteks ekonomi Islam, pelayanan yang berkualitas tidak hanya ditinjau dari efisiensi dan keramahan, melainkan juga dari kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut antara lain mencakup pemenuhan kebutuhan secara halal dan *thayyib*, keadilan, tolong-menolong (*ta'awun*), larangan riba, serta pengelolaan dana yang sesuai dengan nilai-nilai zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ziswa). Untuk mengukur kesesuaian ini, penelitian menggunakan dimensi CARTER yakni *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* sebagai instrumen evaluasi kualitas pelayanan berbasis syariah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BMT Ahmad Dahlan telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini tercermin dari tanggapan positif nasabah terhadap keramahan teller, kejelasan informasi produk, serta profesionalisme customer service. Etika pelayanan yang diterapkan mencerminkan nilai-nilai Al-Qur'an, seperti dalam Q.S. An-Nisa: 58, yang menekankan pentingnya amanah dan keadilan dalam pelayanan publik: *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil."*

Dengan demikian, kualitas pelayanan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah tidak hanya membangun rasa aman dan kepercayaan nasabah, tetapi juga merupakan implementasi nyata dari ekonomi Islam yang berorientasi pada keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan umat. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan BMT Ahmad Dahlan dalam menghadirkan pelayanan Islami yang optimal telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan, sekaligus memperkuat posisi lembaga keuangan syariah sebagai alternatif yang etis dan berkelanjutan dalam sistem keuangan nasional.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Deposito Mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan Cawas

Berdasarkan pengolahan data, menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah deposito mudharabah BMT Ahmad Dahlan Cawas. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} 1.919 > t_{tabel} 0.2072$ dan nilai signifikan $0.058 > 0.05$. Dengan begitu H_2 ditolak yang artinya Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah deposito mudharabah BMT Ahmad Dahlan Cawas. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Saputri & Hardiyanti, 2024), (Fitri et al., 2023), dan (Azkiya et al., 2022).

Hasil ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh (Latifah et al., 2024) dimana kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan indikator dari kualitas produk tidak mendorong kepuasan nasabah terhadap produk deposito mudharabah di BMT Ahmad Dahlan Cawas. Produk deposito mudharabah pada BMT Ahmad Dahlan telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yakni mengoperasikan produk halal dan larangan adanya transaksi riba. Deposito mudharabah

sebagai instrumen investasi halal menjadi pilihan masyarakat muslim dalam penyimpanan dana jangka panjang. Seperti yang telah dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah: 261 tentang investasi halal. Sistem bagi pada deposito mudharabah yang lebih stabil dan *return* yang cukup tinggi dibandingkan giro dan tabungan membuat masyarakat percaya untuk menempatkan dananya dalam bentuk deposito mudharabah sebagai investasi halal dalam jangka panjang yang juga dapat mendatangkan keberkahan.

Akan tetapi, penelitian di lapangan menunjukkan adanya faktor internal yakni kesamaan ideologi Muhammadiyah dan lokasi yang mudah dijangkau menjadi pendorong nasabah deposito mudharabah untuk menyimpan dananya di BMT Ahmad Dahlan Cawas. Sehingga, nasabah dalam memilih deposito mudharabah di BMT Ahmad Dahlan Cawas tidak berdasarkan pada kualitas dari produk tersebut melainkan kesamaan ideologi yang mereka jalankan membuat nasabah memiliki kepercayaan terhadap BMT Ahmad Dahlan dan tetap menggunakan produk deposito mudharabah karena keinginan dan kebutuhan penyimpanan dana.

KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan, maka disimpulkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT Ahmad Dahlan Cawas. Ini menunjukkan bahwa kualitas yang diberikan BMT Ahmad Dahlan telah sesuai dan memenuhi harapan nasabah dan membuat nasabah merasa terpuaskan. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Ahmad Dahlan Cawas, yang berarti kualitas produk yang lebih baik tidak membuat nasabah menjadi puas. Terkait banyaknya jumlah nasabah yang menyimpan dananya pada deposito mudharabah di BMT Ahmad Dahlan dibandingkan memilih Lembaga keuangan lain didorong oleh faktor internal nasabah terkait kesamaan ideologi Muhammadiyah dan lokasi yang mudah dijangkau. Nasabah merasa aman dan lebih percaya untuk menitipkan dananya karena kesamaan prinsip yang ada sejak awal. Lokasi yang dekat juga memberikan kemudahan kepada nasabah. Adanya kesamaan prinsip dan operasional BMT yang sesuai syariah Islam juga didukung kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan inilah yang membentuk kepuasan nasabah BMT Ahmad Dahlan Cawas.

Baitul Mal wa Tamwil Ahmad Dahlan Cawas hendaknya memperhatikan kualitas produk khususnya kualitas produk deposito mudharabah. Misalnya dengan melakukan survei tentang sejauh mana nasabah mengetahui dan merasa puas akan produk yang digunakan. Kritik dan saran yang diberikan nasabah juga sangat bermanfaat bagi BMT Ahmad Dahlan kedepannya. Untuk studi lanjutan diharapkan dapat menggunakan berbagai pendekatan dan variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Jumlah responden yang lebih banyak dan luas serta obyek penelitian yang berbeda juga dapat menjadi pengembangan studi yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Adimah, N., Irsyad Nasution, M., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Muttaqien*;

- Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 3(2), 177–194.
<https://doi.org/10.52593/mtq.03.2.01>
- Alviani, M., Rakhman, F., & Abidin, M. A. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Deposita di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Setiabudi 2. *Jurnal Dimamu*, 2(2), 201–208.
<https://doi.org/10.32627/dimamu.v2i2.745>
- Alwi, B., & Tillah, N. Q. (2022). Factor Analysis of Time Deposits on Customer Interests at BMT UGT Nusantara Banyuanyar Probolinggo Branch. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 6(1), 59–73. <https://doi.org/10.21070/perisai.v6i1.1582>
- Azkiya, B. M., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2022). Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 84–95. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.635>
- Caroline, Fitriana, A. I., Warsiati, W., Firmansyah, H., Arumingtyas, F., Trisavinaningdiah, A., Defitri, S. Y., Febrianto, H. G., Nuraeni, E., Sugiarto, D., Abdurrohman, Djuniardi, D., Hikmah, Saputra, H. E., & Wiliana, E. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jenita, S. HS, & T. Z. Aulia (eds.)). Cirebon: Penerbit Insania.
- Damayanti, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di bmt nahdhatul ummah ciasem. *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)*, 1(1), 169–182.
- Fitri, N. A., Basri, H., & Lewispri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus pada PT. Bank Syariah Indonesia (Persero)Tbk. Cabang Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13(1), 68–76.
- Habibulloh, & Jauhariyah, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bmt Al-Yaman Berasan. *NATUJA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 76–90.
- Hasyim, F. (2021). Determinants Of Service Quality On Islamic Banks Customer Satisfaction In Surakarta. *AT-TASYRI': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 13(2), 79–94. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v13i2.536>
- Hasyim, F., Kamelia, T., & Purnamasari, D. P. (2023). Determinants of Customer Satisfaction of BMT Mitra Ummat With SERVQUAL Approach. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 11(1), 143–167. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v11i2.683>
- Irawan, A., Nurwinda, A., & Akbar, E. E. (2023). KONDISI EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA PASCA MERGERNYA BANK SYARIAH BUMN. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 911–920. <https://doi.org/10.52490/jeskape.v5i1.1237>
- Isabella, Sani, A., & Alam, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Konsep Ekonomi Islam Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat. *El Rayyan: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.59342/jer.v1i2.75>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). MARKETING MANAGEMENT. In *Antimicrobial agents and chemotherapy* (16th ed., Vol. 58, Issue 12). Pearson Global Edition. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Ladiska, L., Iswandhiari, W., & Yuliani, M. (2020). Analisis Penerapan Nisbah Bagi Hasil Yang Diambil Sebelum Jatuh Tempo Pada Produk Deposito Mudharabah Bmt At-Ta'qwa Muhammadiyah Cabang Bandar Buat Padang. *Jurnal Al-Falah Perbankan Syariah*, 2(2). <http://www.ejournal.uniks.ac.id/index.php/AL->

FALAH/article/view/1019

- Latifah, N., Rakhman, F., & Hamzah, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah. *EL-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 04(01), 84–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.35194/ee.v4i1.4191.g2946>
- Liaqat, I. A. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*. DinarStandard: Growth Strategy Research & Advisory. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501–2510. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Nurhadi, N. (2020). KONSEP PELAYANAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.2.1100>
- Putra, R. (2021). DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rachman, A., & Mumtahaen, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualiatas Produk Mitra Emas IB Masalah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB Syariah KCP Banjar. *Maslahah : Journal Of Islamic Economics*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.62824/vq6t6k78>
- Saputri, A. A., & Hardiyanti, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Customer Experience Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan SI HARYA (Simpanan Hari Raya) Di PT BPR Artha Tanah Mas Semarang. *JESYA: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 107–118. <https://doi.org/10.36778/jesy.v7i1.1339>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Syauqi, A. H. (2023). *Dana Rp 1,8 Miliar Macet, Puluhan Nasabah Koperasi Lapor ke Polres Klaten*. DetikJateng. <https://www.detik.com/jateng/hukum-dan-kriminal/d-6551253/dana-rp-1-8-miliar-macet-puluhan-nasabah-koperasi-lapor-ke-polres-klaten>
- Wardani, R. A., & Sukardi, B. (2023). Constituting Islamic Service Quality and Islamic Customer Relationship Management Through Customer Loyalty And Satisfaction: Bank Syariah Indonesia. *INASJIF: Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, 2(1), 11–32. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v2i1.7284>
- Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *Eksisibank: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 5(2), 273–298. <https://doi.org/10.37726/ee.v5i2.172>
- Zulianto, A., Mufidah, E., & Nuraini, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bmt Nu Ngasem Cabang Sroyo. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).