

ABSTRAK

ABSTRAK Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: BMT Al-Hijrah Bukittinggi)**" ini ditulis oleh Nur Husnil Khatimah, NIM.3317347, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, dibimbing oleh Jon Kenedi. Penelitian skripsi ini dilatar belakangi dengan memberikan kualitas produk yang terbaik, BMT Al-Hijrah Bukittinggi selain memberikan kualitas yang baik juga menerapkan nilai islam, agar nasabah selalu yakin dengan yang dilakukan BMT Al-Hijrah Bukittinggi berdasarkan nilai-nilai islam seperti, keadilan, kesejahteraan, kepercayaan, jaminan, perhatian agar nasabah tetap setia dan memakai produk yang diberikan oleh BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena kepuasan nasabah dapat dijadikan rancangan strategi pemasaran di Lembaga Keuangan. Rumusan masalah dipenelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah Pasar Bawah Bukittinggi? (2) Bagaimana penerapan nilai islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah Pasar Bawah Bukittinggi? (3) Bagaimana kualitas produk dan penerapan nilai islam secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah Pasar Bawah Bukittinggi?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah serta di antara kedua variabel tersebut variabel mana yang lebih berpengaruh kepada kepuasan nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan data primer atau dengan penyebaran angket yang di isi oleh nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji normalitas data, uji validitas dan reabilitas, dan uji hipotesis. Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikan 0,000 , selanjutnya variabel penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah di BMT Al-Hijrah Bukittinggi dengan tingkat signifikan 0,000.

Kata kunci: Kualitas Produk, Penerapan Nilai Islam, Kepuasan Nasabah.