

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teori**

##### **2.1.1 KPR (Kredit Kepemilikan Rumah)**

Kredit Kepemilikan rumah (KPR) adalah kredit jangka panjang yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada debiturnya untuk membeli rumah ataupun mendirikan rumah di atas lahan sendiri dengan jaminan sertifikat kepemilikan atas tanah (rumah) tersebut.<sup>12</sup>

Ada 2 jenis KPR:

- **KPR Subsidi**

Yaitu suatu kredit yang diperuntukkan kepada masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa: subsidi meringankan kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah. Kredit subsidi ini diatur tersendiri oleh pemerintah, sehingga tidak setiap masyarakat yang mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini. Secara umum batasan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam memberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan.

---

<sup>12</sup> <http://manggon.wordpress.com/2009/02/25/mengenal-KPR/> dibrowsing 25 Juni 2010.

- KPR Non Subsidi

Yaitu suatu KPR yang diperuntukkan bagi seluruh masyarakat. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan.<sup>13</sup>

Konsep KPR adalah kredit untuk membeli rumah benar dan perlu ditambahkan KPR juga dapat digunakan untuk membangun rumah di atas lahan sendiri. Akan tetapi, pemberian pinjaman untuk memperbaiki rumah tidak termasuk dalam golongan KPR. Alasan utamanya adalah jaminan yang diberikan bisa jadi bukan rumah yang diperbaiki tersebut.

Jangka waktu KPR diberikan berdasarkan kemampuan debitur untuk melakukan pembayaran sesuai dengan penghasilan yang diperolehnya. Pada umumnya jangka waktu yang ditawarkan adalah 5 sampai dengan 15 tahun.

Nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah. Nasabah cukup menyediakan uang muka. Karena KPR memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.<sup>14</sup>

### **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

Dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia disebutkan bahwa arti kata layan adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan

---

<sup>13</sup> <http://www.marketingsakti.com/seputar-KPR/pengertian-KPR.html> dibrowsing 24 Juni 2010.

<sup>14</sup> <http://manggon.wordpress.com/2009/02/25/mengenal-KPR/> dibrowsing 25 Juni 2010.

yang dibutuhkan seseorang, meladeni. Sedangkan pelayanan adalah cara melayani.<sup>15</sup>

Menurut Salamaton Asakdiyah yang dikutip oleh Abdul Warits dalam skripsinya menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.<sup>16</sup>

Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.<sup>17</sup>

Standar kepuasan nasabah KPR adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang perbankan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi nasabah dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan nasabah. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan,

---

<sup>15</sup> EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, Semarang: Difa Publishers, 2008, Cet. 3, hlm. 520.

<sup>16</sup> Abdul warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah*, Skripsi S1, Semarang: IAIN WS, 2009. hlm. 13.

<sup>17</sup> *Ibid.*

akan menimbulkan persepsi nasabah terhadap kualitas yang diberikan kepadanya seringkali terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan persepsi nasabah terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.<sup>18</sup>

Indikator yang terdapat dalam kualitas pelayanan, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Reliability (keandalan)
- Responsiveness (ketanggapan)
- Assurance (jaminan dan kepastian )
- Empathy (empati)
- Tangible (berwujud)<sup>19</sup>

### 2.1.3 Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah

Penerapan adalah hal terkait dengan praktek atau pelaksanaan sedangkan prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang/kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berfikir atau bertindak.<sup>20</sup> Kata prinsip adalah dasar, asas kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir.<sup>21</sup> Sementara itu, syari'ah berasal dari akar kata *syara'a* yang secara bahasa

---

<sup>18</sup><http://jurnalskripsitesis.wordpress.com/2007/10/24/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-nasabah-studi-pada-peserta-komersial-asuransi-kesehatan-di-ptpersero-asuransi-kesehatan-indonesia-kantor-cabang-malang/> di browsing 20 juli 2010.

<sup>19</sup> Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005, hlm. 2.

<sup>20</sup> Abdul Warits, *op.cit*, hlm 16.

<sup>21</sup> EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *op.cit.*, hlm. 671.

berarti jalan menuju sumber air, ini dapat pula diartikan sebagai jalan ke arah sumber pokok kehidupan.<sup>22</sup> Sedang secara istilah syari'ah bermakna perundang-undangan yang diturunkan Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad SAW untuk seluruh umat manusia baik menyangkut masalah ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (interaksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>23</sup>

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syari'ah pada perbankan syari'ah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syari'ah, dalam hal ini yang terkait dengan bisnis perbankan.

Perbankan Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan hadits.<sup>24</sup> Hal ini didasarkan pada satu kaidah ushul "*al-ashlu fi al-af'al al-taqayyud bi hukmi asy-syar'i*" (bahwa hukum asal suatu perubahan adalah terikat dengan hukum syara', baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh atau haram). Maka dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa tetap berpegang teguh pada ketentuan syari'at.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, Jakarta: Penerbit Amzah, 2005, Cet. 1, hlm. 307.

<sup>23</sup> Abdul warits, *op.cit.*

<sup>24</sup> Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992, hlm. 3.

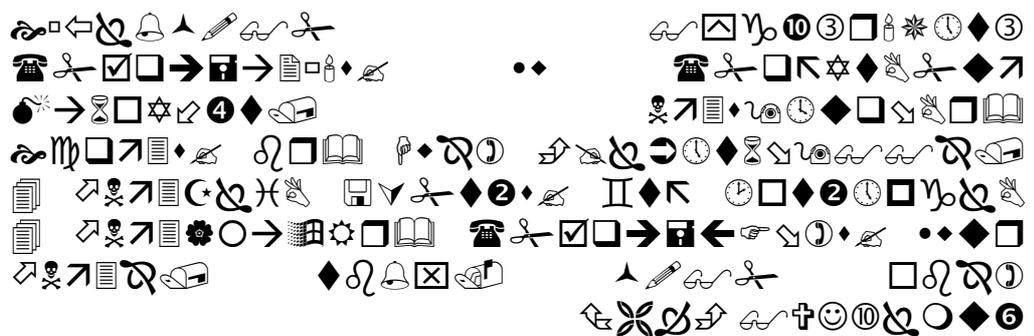
<sup>25</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 37.

*Murabahah* merupakan salah satu konsep Islam dalam melakukan perjanjian jual beli. Konsep ini telah banyak digunakan oleh bank-bank dan lembaga keuangan Islam untuk pembiayaan modal kerja dan pembiayaan perdagangan para nasabahnya.

*Murabahah* merupakan satu bentuk perjanjian jual beli yang harus tunduk pada kaidah dan hukum umum jual beli yang berlaku dalam *muamalah* Islam Islamiyah.<sup>26</sup>

*Al-Murabahah* juga dapat dilakukan untuk pembelian secara pemesanan dan biasa disebut bagi *murabahah* kepada pemesan pembelian (KPP). Dalam kitab al-Umm, Imam Syafi'i menamai transaksi sejenis ini dengan istilah *al-Aamirbisy-Syira*.<sup>27</sup>

Ayat-ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi *al-Murabahah*, adalah



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29).<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2008, hlm. 22  
<sup>27</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm. 102.  
<sup>28</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya*, Bandung: PT. Sygma examedia arkanleema, hlm. 83,

Pengertian dari *Murabahah* itu sendiri yaitu jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada perjanjian *murabahah* atau mark-up, bank mempunyai pembelian barang atau asset yang di butuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan menambahkan *mark-up* atau keuntungan. Keseluruhan harga barang dibayar oleh pembeli (nasabah) secara mencicil.<sup>29</sup>

Bank-bank islam umumnya mengadopsi *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada para nasabah guna pembelian barang meskipun mungkin nasabah tidak memiliki uang untuk membayar. *Murabahah*, sebagaimana yang digunakan dalam perbankan Islam, prinsipnya didasarkan pada dua elemen pokok:

- a. harga beli serta biaya yang terkait, dan
- b. kesepakatan atas *mark-up* (laba).

Ciri dasar kontrak *murabahah* (sebagai jual beli dengan pembayaran tunda) adalah sebagai berikut:

1. si pembeli harus memiliki pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dan tentang harga asli barang, dan batas laba (*mark-up*) harus ditetapkan dalam bentuk persentase dari total harga plus biaya-biayanya.
2. Apa yang dijual adalah barang atau komoditas dan dibayar dengan uang.

---

<sup>29</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007, hlm 64-65.

3. Apa yang diperjual belikan harus ada dan dimiliki oleh si penjual dan si penjual harus mampu menyerahkan barang itu kepada si pembeli.
4. Pembayaranannya ditangguhkan.<sup>30</sup>

Syarat jual beli (*murabahah*) dapat dirumuskan menjadi dua kelompok yaitu yang berkaitan dengan *ijab qabul* dan yang berkaitan dengan obyek jual beli.

Syarat yang berkaitan dengan *ijab qabul* atau *shigat* akad:

1. Berupa percakapan dua pihak (*khithobah*).
2. Pihak pertama menyatakan barang dan harganya.
3. *Qabul* dinyatakan oleh pihak ke dua (*mukhothab*).
4. Antara *ijab* dan *qabul* tidak terputus dengan percakapan lain.
5. Kalimat *qabul* tidak berubah dengan qabul yang baru.
6. Terdapat kesesuaian antara *ijab* dan *qabul* .
7. Shigat akad tidak digantungkan dengan sesuatu yang lain.
8. Tidak dibatasi dalam periode waktu tertentu.

Syarat yang berkaitan dengan obyek jual-beli:

1. harus suci.
2. Dapat diserahterimakan.
3. Dapat dimanfaatkan secara syara'.
4. Hak milik sendiri atau milik orang lain dengan kuasa atasnya.
5. Berupa materi dan sifat-sifatnya dapat dinyatakan secara jelas.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Abdullah saeed, *menyoal bank syariah*, jakarta: paramadina, 2004, hlm 120.

<sup>31</sup> Ghufron A. Mas'adi, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 123.

Prinsip-prinsip syari'ah yang diterapkan dalam bank syari'ah yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah:

- Bebas dari riba.
- Mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist.<sup>32</sup>

#### 2.1.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>33</sup> Nasabah adalah perhubungan atau pelanggan.<sup>34</sup> Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan seorang pelanggan untuk setia atau beralih ke yang lain adalah jumlah dari banyak pertemuan kecil dengan perusahaan. Perusahaan konsultasi *Forum Corporation* mengatakan bahwa supaya semua pertemuan-pertemuan kecil itu menunjang kesetiaan pelanggan, perusahaan perlu menciptakan “pengalaman pelanggan yang diberi merek”.<sup>35</sup>

Banyak perusahaan berhasil yang menaikkan harapan pembeli dan menghantarkan kinerja yang sesuai. Perusahaan ini menuju pada TCS

---

<sup>32</sup> Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i Antonio, *op.cit*, hlm. 1-2.

<sup>33</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: Penerbit Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT Prenhallindo, 2002, hlm. 42.

<sup>34</sup> Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Penerbit Arkola, 1994, hlm. 511.

<sup>35</sup> Philip Kotler, *op.cit.*, hlm. 42-43.

“*Total Customer Satisfaction*” – kepuasan pelanggan sepenuhnya.<sup>36</sup>

Dengan demikian, konsumen membuat penilaian adalah nilai yang ditawarkan pemasaran dan mengambil keputusan membeli berdasarkan pada penilaian ini. Kepuasan pelanggan ada suatu pembelian tergantung pada relatif kinerja produk bagi harapan pembeli. Pemasar harus berhati-hati menetapkan tingkat harapan yang tepat. Bila mereka menetapkan harapan terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan orang yang membeli tetapi gagal menarik pembeli dalam jumlah besar. Sebaliknya, bila mereka menaikkan harapan terlalu tinggi, kemungkinan besar pembeli merasa tidak puas.<sup>37</sup>

Jadi, kepuasan nasabah KPR di bank syari'ah adalah keinginan nasabah untuk menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan syari'ah, dan yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah

- Kesesuaian harapan jasa.
- Kemudahan dalam memperoleh jasa.
- Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.<sup>38</sup>

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah terhadap kepuasan nasabah KPR adalah:

---

<sup>36</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2000, hlm. 52.

<sup>37</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Principles of Marketing 7C*, Jakarta: Penerbit Prenhallindo, Jilid 2, 1996, hlm. 188.

<sup>38</sup> Maria Ayu Christina, *Pengaruh dimensi kualitas jasa layanan simpanan terhadap kepuasan nasabah BRI kantor cabang Patimura Semarang*, Universitas Negeri Semarang Fakultas Ilmu Sosial, 2006, hlm. 20-21.

Hasil penelitian Abdul Warits (Skripsi S1 IAIN WS: 2009) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Minat Konsumen Hotel Syari’ah” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari’ah, secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen hotel syari’ah. Uji t dan uji F menghasilkan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Kemudian nilai R square sebesar 0,415 mengidentifikasi bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 41,5%, sedangkan sisanya sebesar 58,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.<sup>39</sup>

Penelitian Arika Edi Mulyanto (Skripsi S1 UII: 2010) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BTN Syari’ah Cabang Yogyakarta” menunjukkan bahwa hasil penelitian dari 50 responden dan yang hanya diisi lengkap hanya 40 responden, menemukan bahwa hasil perhitungan dengan menggunakan nilai rata-rata kualitas pelayanan BTN Syari’ah Cabang Yogyakarta berdasarkan dimensi *Reliability* (4,03) TKI (0,90), *Assurance* (4,05) TKI (0,89), dan *Empathy* (4,16) TKI (0,90) dinilai sudah sangat baik sedangkan dimensi *Tangibles* (3,81) TKI (0,86) dan *Responsiveness* (3,90) TKI (0,89) baru dinilai baik. Namun dari hasil *performance* analisis yang ada, menemukan bahwa dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang ada, nasabah tidak merasa puas sebab nilai TKI lebih kecil dari 1. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa meskipun kualitas

---

<sup>39</sup> Abdul Warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah terhadap Minat Konsumen Hotel Syari’ah*, Skripsi S1, Semarang: IAIN WS, 2009.

pelayanan BTN Syari'ah Cabang Yogyakarta sudah baik dan sangat baik, namun ternyata kinerja yang berupa pelayanan tersebut belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Selain itu dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kelima dimensi *Reliability* (8,263), *Assurance* (7,992), *Tangibles* (9,595), *Empathy* (4,926) dan *Responsiveness* (7,865) secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan hasil pengelolaan ternyata dimensi *tangibles* mempunyai pengaruh yang paling signifikan. Hasil ini dapat dikatakan bahwa perubahan kualitas pelayanan kelima dimensi tersebut sensitif sekali terhadap perubahan keputusan pelanggan terutama perubahan dimensi *tangibles*. Artinya jika kualitas pelayanan mengalami penurunan, maka akan berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.<sup>40</sup>

Kemudian dari hasil penelitian Prasetyo Adi (Skripsi S1 STAIN Surakarta: 2008) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta”. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan jasa dan merupakan faktor terpenting bagi kepuasan nasabah pelanggan. Dalam rangka mengembangkan pemikiran mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pelanggan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BMT Kaffah Yogyakarta. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Penelitian ini menggunakan

---

<sup>40</sup> Arika Edi Mulyanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BTN Syari'ah Cabang Yogyakarta*, Skripsi S1, Yogyakarta: UII, 2010.

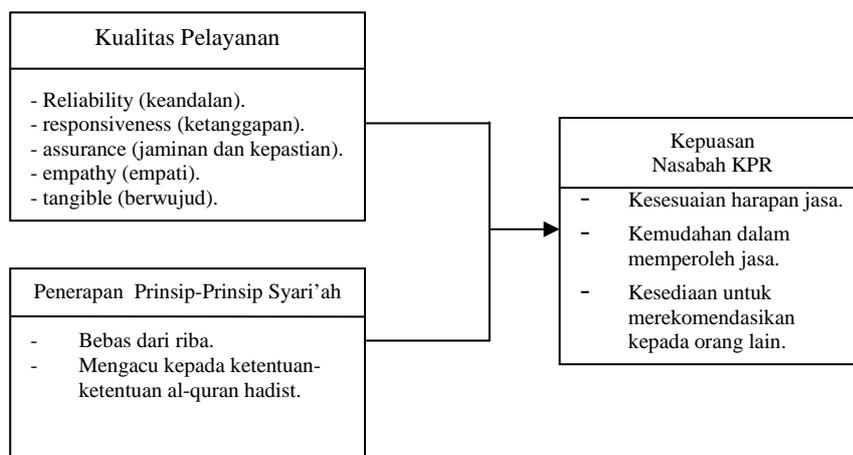
metode penelitian deskriptif korelasional dengan teknik penarikan sampel *purposive sampling*.

Hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi *assurance* dan *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka BMT Kaffah harus meningkatkan kualitas pelayanan dari segi *assurance* dan mempertahankan kualitas pelayanan dari segi *tangibles*.<sup>41</sup>

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas di atas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI syari'ah. Kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar di bawah ini:

**Gambar Kerangka Pemikiran Teoritik**



<sup>41</sup> Prasetyo Adi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*, Skripsi S1, Yogyakarta: STAIN Surakarta, 2008.

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>42</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah KPR.

H2 : Penerapan prinsip-prinsip syari'ah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah KPR.

H3 : Kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan nasabah KPR.

---

<sup>42</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2006, hlm. 70.