

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara dan juga lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan.¹

Dalam operasionalnya, lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah.² Di Indonesia, lembaga keuangan syariah kini semakin berkembang pesat, mulai dari perbankan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan asuransi syariah. Namun, perkembangan yang paling pesat terlihat pada perbankan syariah dibandingkan lembaga keuangan lainnya.

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.³ Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm., 3.

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: Kencana, 2017), hlm., 27.

³ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm., 32.

Hadirnya bank syariah mengakibatkan persaingan antar masing-masing bank semakin ketat. Kondisi ini membuat pihak bank berpikir lebih keras agar dapat menghadapi persaingan tersebut dengan membuat terobosan baru. Ketatnya persaingan ini menuntut bank untuk memiliki kemampuan dalam hal konsistensi penyampaian nilai kepada nasabah guna mempertahankan nasabahnya.

Dalam persaingan yang ketat hal utama yang harus diprioritaskan yaitu pelayanan nasabah, sehingga bank dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pasar. Keberhasilan pemasaran suatu produk tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai produk unggulan saja tetapi juga apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan, dapat memenuhi kebutuhan nasabah, dan meningkatkan nilai nasabah (*customer value*). Banyaknya bank-bank yang ada dengan berbagai layanan yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat merupakan hal yang cukup variatif dalam dunia perbankan, untuk menarik nasabah yang baru agar menjadi nasabah yang tetap dan mempertahankan setiap nasabah agar menjadi loyal menjadi tantangan khusus bagi bank.

BPRS Bhakti Sumekar merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah lainnya. Dalam menghadapi situasi persaingan seperti ini, memperbaiki hubungan dengan para nasabah dan menjaga loyalitas nasabah dinilai sangat penting. Namun, nasabah sekarang sulit dijaga loyalitasnya karena mereka lebih cerdas, lebih sadar harga, lebih menuntut, kurang memaafkan dan didekati oleh banyak pesaing dengan tawaran yang sama atau lebih baik. Tantangan untuk perusahaan jasa adalah bukan menghasilkan pelanggan-pelanggan yang puas,

beberapa pesaing dapat melakukan itu, tetapi tantangannya adalah menghasilkan pelanggan-pelanggan yang setia.

Loyalitas nasabah merupakan sebuah kata kunci guna menjaga agar bank tetap eksis dalam usahanya. Loyalitas nasabah dipercaya dapat memberikan dampak positif bagi kelangsungan BPRS, diantaranya dapat menghemat biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk meraih nasabah baru karena nasabah yang loyal akan memanfaatkan ulang jasa BPRS dan juga melakukan kegiatan *word of mouth* dengan memberikan rekomendasi kepada orang-orang terdekat.

Kualitas layanan memainkan peran penting dalam organisasi, baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Menurut Zeithmal sebagaimana dikutip oleh Fajar Laksana bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.⁴ Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Dengan demikian semakin baik kualitas layanan yang diberikan bank kepada nasabah, maka BPRS akan semakin mudah mendapatkan kepercayaan nasabah untuk menyimpan dana atau menjadi akses untuk pengajuan pembiayaan nasabah.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismerelda dan Ruzikna menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bisnis perbankan pada bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru.⁵ Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Rachmad

⁴ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 88.

⁵ Ismerelda dan Ruzikna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bisnis Perbankan (Studi Kasus Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru)." *JOM FISIP*, 2 (Oktober, 2015) hlm., 10.

Hidayat menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁶

Selain itu, ada faktor lain yang harus diperhatikan oleh bank untuk mempertahankan nasabahnya yaitu kepercayaan nasabah. Tanpa kepercayaan dari nasabah, bank tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Kepercayaan dibentuk dari pengalaman dan manfaat yang dirasakan nasabah di masa lalu yang terwujud dalam perasaan aman dan yakin sehingga nasabah mempercayakan uangnya untuk disimpan di bank tersebut. Menurut Morgan dan Hunt tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain.⁷ Dengan demikian semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap BPRS, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Titi Nifita yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan variabel independent, yaitu trust, dan kepuasan terhadap loyalitas

⁶ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Bank Mandiri." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (Maret, 2009) hlm., 70.

⁷ Yuliza dan Raina Linda Sari, "Analisis Tingkat Kepercayaan Pada Nasabah Bank Umum Pasca Kasus Century." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5 (April, 2013) hlm., 62.

mahasiswa pada program diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jambi.⁸ Akan tetapi hasil yang berbeda didapat oleh Fasochah dan Harnoto yang menemukan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁹

Untuk mencapai keberhasilan lembaga keuangan tidak terlepas dari kualitas pelayanan, dan kepercayaan saja tetapi harus memperhatikan kepuasan dari nasabah. Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Nasabah yang mengalami kepuasan yang tinggi akan cenderung bertahan pada penyedia produk atau jasa saat ini. Jika kepuasan nasabah sudah terpenuhi maka akan menguntungkan bagi bank yaitu menimbulkan loyalitas terhadap bank.

Sesuai dengan penelitian Lynawati yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PD BPR BKK Purwokerto Cabang HR Bunyamin.¹⁰ Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Nokma Aditya Nugroho, dkk menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹¹

BPRS Bhakti Sumekar Cabang pamekasan merupakan salah satu lembaga keuangan yang terletak di Jalan Mesigit No. 33 Pamekasan yang tetap mampu

⁸ Ade Titi Nifita, "Pengaruh Trust dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jambi." *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 2 (Juli-Desember, 2011) hlm., 17.

⁹ Fasochah dan Harnoto, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS. Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 34 (April, 2013) hlm., 19.

¹⁰ Lynawati, "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PD BPR BKK Purwokerto Cabang HR Bunyamin." *Jurnal Media Aplikom*, 3 (September, 2015), hlm., 55.

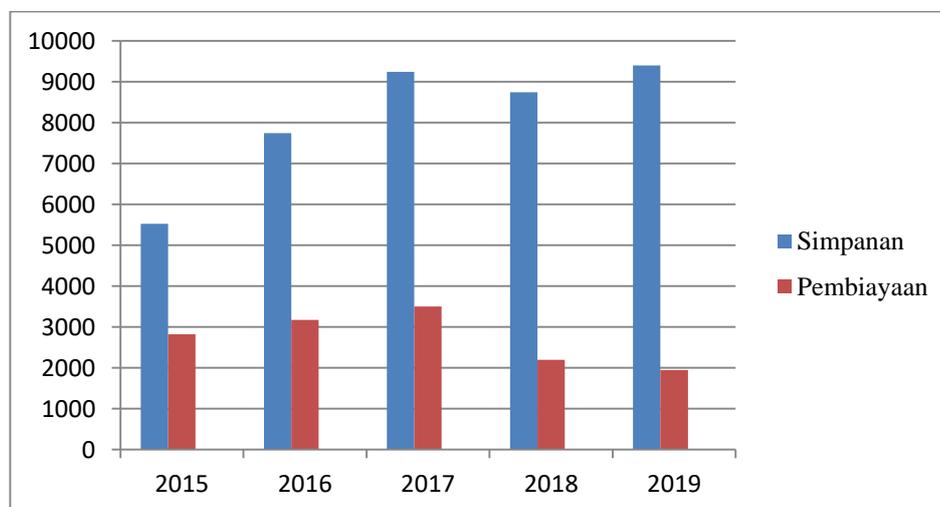
¹¹ Nokma Aditya Nugroho, dkk, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Counter Perdana di Gresik)." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (Maret, 2015), hlm., 1.

bersaing dengan bank-bank lain. Bank ini memberikan jasa yang terbaik tidak lepas dari kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai-nilai yang ditawarkan kepada nasabah. Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah, tentu saja peningkatan kualitas tidak hanya dilakukan dari bidang SDM, melainkan bidang teknologi, penerapan sistem, media komunikasi, sarana dan prasarana operasional hingga ketersediaan fasilitas merupakan hal penting yang perlu diperhatikan pula.

Wujud pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dari aspek teknologi dengan memberikan kemudahan kepada para nasabahnya, tidak kalah dengan perbankan lainnya. Hal tersebut tercermin dengan keberhasilan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dalam meningkatkan kinerja serta pencapaian yang optimal dengan meluncurkan mesin ATM tanpa kartu yang biasa disebut dengan *ATM Cardless*.

Fenomena tersebut justru tidak sesuai dengan perkembangan jumlah nasabah pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Berikut gambaran mengenai perkembangan jumlah nasabah:

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan



Sumber: BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Berdasarkan grafik di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami fluktuatif. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya penurunan jumlah nasabah tersebut menunjukkan loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa atau produk BPRS mengalami penurunan. Padahal pelayanan di bank tersebut semakin meningkat dengan adanya *ATM Cardless*. Pelayanan yang semakin baik seharusnya sejalan dengan pertumbuhan nasabah setiap tahunnya. Akan tetapi pada bank tersebut justru terjadi sebaliknya.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik meneliti lebih dalam tentang **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian diatas, maka yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?

5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?
6. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh dalam memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?
7. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh dalam memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah dalam memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah dalam memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹² Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan¹³, kepercayaan¹⁴, komitmen¹⁵, kepuasan¹⁶, *customer relationship marketing*¹⁷, dan nilai nasabah¹⁸.

Penelitian ini menggunakan variabel loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan sedangkan variabel lainnya yaitu komitmen, *customer relationship marketing*, dan nilai nasabah nilainya dianggap konstan.

¹² Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm., 10.

¹³ Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2 (September, 2007).

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Rachmad Hidayat.

¹⁷ Harry Santosa, "Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan (Studi PT. BNI Cabang Tembilahan di Kota Tembilahan)." *JOM FISIP*, 2 (Oktober, 2017).

¹⁸ Ibid.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari bahasa Latin yaitu “*hypo*” (bersifat meragukan) dan “*thesis*” (kebenaran). Jadi hipotesis merupakan suatu kebenaran yang masih bersifat meragukan. Dari segi bentuknya hipotesis dibedakan menjadi dua yang terdiri dari hipotesis penelitian (H_a) dan hipotesis operasional. Hipotesis penelitian merupakan anggapan dasar peneliti terhadap suatu masalah yang kemudian dikaji. Sedangkan hipotesis operasional merupakan hipotesis yang bersifat objektif yang artinya hipotesis tidak hanya berdasarkan anggapan dasarnya tetapi juga berdasarkan objektivitasnya hipotesis ini sering disebut hipotesis yang bersifat netral atau secara teknis disebut hipotesis nol (H_0).¹⁹

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_1 : Ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

H_2 : Ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

H_3 : Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

H_4 : Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

H_5 : Ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

H_6 : Ada pengaruh kepuasan nasabah dalam memperkuat kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

¹⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 38.

H₇ : Ada pengaruh kepuasan nasabah dalam memperkuat kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberi manfaat, baik manfaat secara akademis maupun manfaat secara praktis.

1. Kegunaan Secara Akademis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dan wawasan terhadap pentingnya kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

b. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya yang dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga keuangan dan sebagai perbandingan serta referensi bagi penelitian selanjutnya yang lebih relevan.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi terhadap peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan yang ada dan memberikan *image* baik perusahaan kepada masyarakat.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi dalam menentukan preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah terkait.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Variabel merupakan konsep yang mempunyai nilai. Dalam penelitian ini memfokuskan pada variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sedangkan variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.²⁰ Dalam membuat model matematik, variabel biasanya dinyatakan dalam huruf. Misalnya dalam huruf X atau huruf Y, dan sebagainya. X dan Y merupakan simbol, dan untuk simbol ini ditunjukkan nilai. Setiap variabel dapat memiliki dua buah nilai.²¹

Ada empat variabel yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm., 39-40.

²¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm., 107.

a. Kualitas Layanan (Variabel X₁) :²²

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

b. Kepercayaan (Variabel X₂) :²³

- 1) *Integrity* (Integritas)
- 2) *Competence* (Kompetensi)
- 3) *Consistency* (Konsistensi)
- 4) *Loyalty* (Loyalitas)
- 5) *Openness* (Keterbukaan)

c. Kepuasan Nasabah (Variabel Z) :²⁴

- 1) Puas terhadap produk.
- 2) Puas atas layanan.
- 3) Kesesuaian harapan.
- 4) Niat beli ulang.
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasikan.

d. Loyalitas Nasabah (Variabel Y) :²⁵

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.

²²Abdul Qawi Othman & Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House." *International Journal of Islamic Financial Services*, 1, hlm., 10.

²³ Sopiah, *Perilaku Organisasional* (Yogyakarta: ANDI, 2008), 45.

²⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Jakarta: ANDI, 2014), hlm. 368-369.

²⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31.

- 2) Membeli antarlini produk dan jasa.
- 3) Mereferensikan kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi penelitian yang akan menjadi objek penelitian adalah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang beralamat di Jalan Mesigit No. 33 Kec. Pamekasan Kab. Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka perlu kiranya merumuskan definisi istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini. Ada beberapa istilah yang perlu peneliti definisikan, antara lain:

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu tingkat keyakinan orang dalam kata dan tindakan terhadap orang lain.

3. Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

4. Loyalitas

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih sebagai sikap konsisten dimasa yang akan datang.

5. Nasabah

Nasabah merupakan pembeli atau konsumen yang melakukan pembelian atau mengkonsumsi kembali produk tertentu, berupa barang atau jasa semula.