

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan dalam kehidupan suatu negara adalah salah satu agen pembangunan (*agent of development*). Hal ini dikarenakan adanya fungsi utama dari perbankan itu sendiri yaitu sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Fungsi inilah yang lazim disebut sebagai intermediasi keuangan (*financial intermediary function*).¹

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 tentang “Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan” lembaga keuangan bank terdiri atas bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR). Bank umum dan bank perkreditan rakyat dapat memilih untuk melaksanakan kegiatannya atas dasar prinsip bank konvensional atau bank berdasarkan prinsip syariah. Adapun bank konvensional sendiri yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam penyalurannya, memberikan dan menggunakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk periode tertentu. Adapun bank syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

¹ Santoso dan Suhadi, “Periodisasi Perkembangan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, 1 (Juni, 2015) hlm., 120.

Bank Syariah sebagai bank yang menerapkan sistem syariah mengalami perkembangan yang signifikan dengan bertambahnya nasabah bank syariah.² Termasuk juga *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang merupakan salah satu keuangan mikro yang memiliki pertumbuhan sangat pesat dari tahun ke tahun. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan lembaga. Konsep maal lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana untuk zakat, infak dan shadaqah (ZIS) secara produktif. Sedangkan konsep tamwil lahir untuk kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro). Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai *supporting funding* untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang bernama *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dirasakan telah membawa manfaat finansil bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil yang tidak *bankable* dan menolak riba, karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan. Kehadiran BMT di satu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan di sisi lain mengemban tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro, itulah sebabnya perkembangan BMT sangat pesat di tengah perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional lainnya.³

² Evi Okatviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muabialat Disurabaya." *Journal of Business and Banking*, 2 (November, 2012) hlm., 172.

³ Novita Dewi Masyithoh, "Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)." *Conomica*, 5 (Oktober, 2014) hlm., 21.

Akan tetapi, persaingan antar lembaga keuangan juga semakin ketat, terutama persaingan antara bank syariah dan bank konvensional, sehingga semua lembaga keuangan berusaha menawarkan fasilitas yang terbaik dan paling menarik bagi nasabah. Untuk mengatasi persaingan tersebut, semua lembaga keuangan termasuk BMT NU Cabang Galis berlomba-lomba mengembangkan inovasi terbaru agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Salah satu cara yang mampu digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah memperbaiki kualitas pelayanan lembaga keuangan untuk memuaskan nasabah.⁴

Dalam hal ini, keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul.⁵

Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli, disamping harga, bentuk maupun kualitas produk. Jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan.⁶ Dan kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.⁷ Menciptakan

⁴ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 2 (September, 2017), hlm. 201.

⁵ Sentot Imam Wahjyo, *Manajemen Pemasaran Bank* (Surabaya: Graha Ilmu, 2009), hlm. 178.

⁶ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (Januari-Juni, 2017) hlm., 51.

⁷ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 88.

hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang.⁸ Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal merupakan jantung setiap bisnis.⁹

Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan bukan hanya sebagai sasaran, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang menguntungkan perusahaan.¹⁰ Tingkat kepuasan pelanggan akan berdampak pada pendapatan, dimana masyarakat memiliki pilihan kemana mereka hendak mendapatkan produk, program dan pelayanan.¹¹

Selain memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya, perusahaan juga harus mengembangkan citra baik dari perusahaannya yang terdiri dari reputasi, nama baik maupun kompetensi utamanya sehingga dapat membantu nasabah dalam memengaruhi keputusan pembeliannya. Bagi suatu bank, mempertahankan nasabah menjadi salah satu tugas penting karena mendapatkan nasabah baru selalu lebih mahal dibandingkan dengan mempertahankan yang lama.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 153.

⁹ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing* (Jakarta: Rajawali Perss, 2012), hlm. 15.

¹⁰ Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2010), hlm. 49.

¹¹ Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 99.

Citra merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.¹² Disamping itu, *corporate image* merupakan hal yang sangat penting dalam penciptaan loyalitas konsumen, semakin baik *corporate image* yang dimiliki maka semakin banyak pelanggan yang menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut dikarenakan *corporate image* tersebut menunjukkan adanya pencapaian kinerja yang memuaskan.¹³

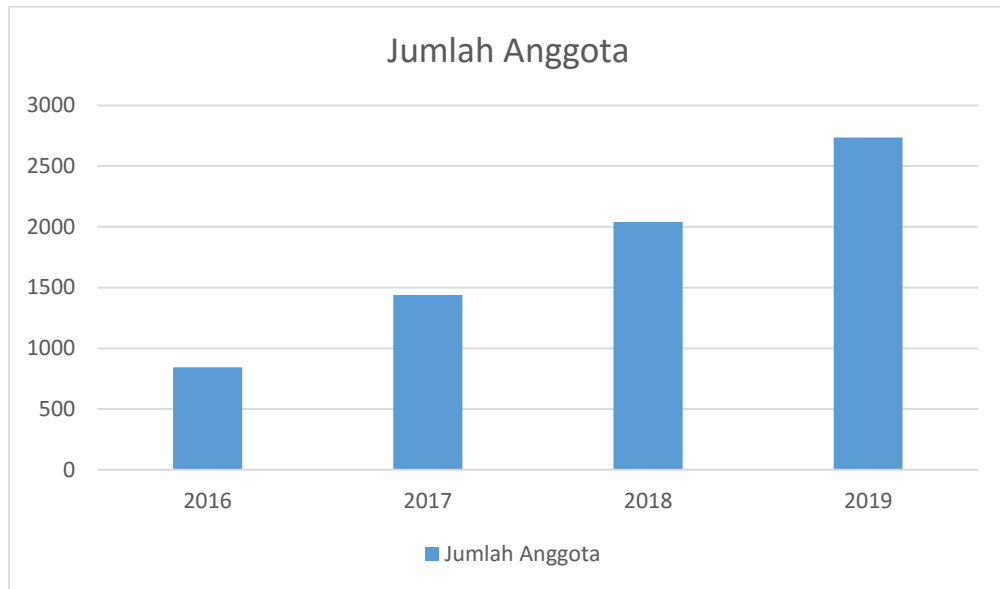
BMT NU Cabang Galis merupakan lembaga keuangan syariah yang tergolong baru. BMT NU Cabang Galis menjadi salah satu lembaga keuangan syariah yang dijadikan nasabah untuk melakukan simpan pinjam maupun transaksi lainnya. Dengan tingkat persaingan antar Bank yang semakin ketat serta didukung keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar Bank, mendorong BMT NU khususnya cabang Galis untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan citra perusahaan, diharapkan nasabah akan mendapat kepuasan dan pada akhirnya nasabah akan menjadi loyal. BMT NU Cabang Galis mampu bersaing dan

¹² Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hlm. 113.

¹³ Aditya Ferryanto dan Saerce Elsy Hatane, "Analisa Pengaruh Corporate Image Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Surabaya." *Business Accounting Review*, 2 (Agustus, 2015) hlm., 93.

meningkat dengan pesat hingga saat ini, hal ini diketahui dari data perkembangan jumlah anggotanya yang dari tahun ke tahun meningkat dengan pesat.

Gambar 1.1
Grafik Perkembangan Jumlah Anggota BMT NU Cabang Galis 4 Tahun Terakhir



Sumber : KSPPS BMT NU Cabang Galis

Data ini merupakan jumlah anggota aktif yang terdaftar di BMT NU Cabang Galis. Dengan melihat grafik data diatas menunjukkan bahwa perkembangan anggota BMT NU Cabang Galis dalam 4 tahun terakhir ini jumlah anggotanya selalu meningkat drastis. Terlihat dari tahun ke tahun, dimana pada tahun 2016 BMT NU Cabnag Galis memiliki anggota sebanyak 844, pada tahun 2017 BMT NU Cabnag Galis memiliki anggota sebanyak 1439, pada tahun 2018 BMT NU Cabnag Galis memiliki anggota sebanyak 2041, pada tahun 2019 BMT NU Cabnag Galis memiliki anggota sebanyak 2736. Sehingga dapat disimpulkan bahwa BMT NU Cabang Galis mengalami peningkatan karena adanya kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah sehingga mampu meningkatkan kepercayaan nasabah untuk tetap menjadi nasabah BMT NU Cabang Galis.

Secara teoritis terdapat hubungan antara kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah. Kesimpulan ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Fitrah Eliba dan Zulkarnaindimana dimana dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa, pertama hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas adalah signifikan, kedua hubungan Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas adalah signifikan dan ketiga hubungan Citra Perusahaan dengan Loyalitas adalah signifikan.¹⁴

Penelitian juga dilakukan oleh Andra Miranthi Idris, dimana dalam penelitiannya dijelaskan bahwa variabel independen yaitu citra perusahaan, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.¹⁵

Selain itu, banyak penelitian terdahulu mendiskusikan tentang pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah seperti penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah, dimana dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan. Sedangkan kepuasan ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁶

Penelitian tersebut merupakan penelitian yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada sebuah bank yang sudah lama berdiri, Akan tetapi belum banyak

¹⁴ Fitrah Eliba dan Zulkarnain, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (persero) di Kota Pekanbaru." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 03 (September, 2017), hlm. 100.

¹⁵ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah.", hlm. 213.

¹⁶ Andra Miranthi Idris, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)", *Diponogoro Journal Of Management*, 3 (2017), hlm. 7.

peneliti yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada sebuah bank baru, khususnya KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan yang masih belum mempunyai banyak fasilitas. Lebih menariknya lagi, penelitian ini dilakukan pada nasabah BMT NU Cabang Galis yang mungkin belum menyadari pentingnya kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra dari sebuah bank.

Dari pembahasan singkat diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN NASABAH DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI KSPP SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR CABANG GALIS PAMEKASAN”**.

B. Rumusan Masalah

Untuk meneliti hal tersebut, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah guna untuk tidak memperluas pembahasan, diantaranya:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan ?
2. Variabel apa yang paling dominan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.
2. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis 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.¹⁷ Adapun asumsi dasar penelitian ini adalah:

Adanya loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:¹⁸

1. Kualitas pelayanan
2. Penanganan komplain
3. Citra
4. Kepuasan

¹⁷ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2012), hlm. 10.

¹⁸ Evi Okatviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muabialat Disurabaya." *Journal of Business and Banking*, hlm. 173.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, peneliti hanya mengambil tiga dari beberapa faktor tersebut yakni kualitas pelayanan, citra dan kepuasan. Sedangkan penanganan komplain dianggap *Ceteris Paribus* (konstan).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹⁹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ha₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.
2. Ha₂ : Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.
3. Ha₃ : Citra Perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.
4. Ha₄ : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.
5. Ha₅ : Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

¹⁹ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, hlm. 11.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai banyak sekali manfaat terhadap beberapa pihak baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan referensi serta dapat dijadikan wawasan keilmuan bagi siapa saja yang berkeinginan untuk memahami lebih jauh mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai *literature* di perpustakaan IAIN Madura dan tambahan informasi serta acuan bagi mahasiswa dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini menjadi tolak ukur kemampuan dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan dan akan menambah wawasan ilmu serta pengalaman dalam melakukan penelitian.

c. Bagi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan

- 1) Dapat digunakan sebagai masukan untuk kemajuan perusahaan
- 2) Dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan praktis tentang pentingnya pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra

perusahaan yang positif agar dapat mempertahankan meningkatkan jumlah nasabah menabung.

- 3) Untuk menambah wawasan pengetahuan tentang masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas sesuai atau tidak fakta dilapangan dengan teori yang ada.

d. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan yang luas khususnya pada bidang lembaga keuangan yang berbasis syariah dan dapat dijadikan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel yang menjadi fokus dalam kegiatan penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (Variabel X1), Kepuasan Nasabah (Variabel X2), dan Citra Perusahaan (Variabel X3) serta Loyalitas Nasabah KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan (Variabel Y), agar variabel yang menjadi fokus tidak meluas maka perlu ada batasan terhadap materi yang akan diteliti.

a. Kualitas Pelayanan

Untuk variabel kualitas pelayanan (variabel X₁) indikatornya meliputi:²⁰

- 1) Keandalan (*reability*)

²⁰ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 98.

- 2) Bukti Fisik (*tangible*)
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*empathy*)

b. Kepuasan Nasabah

Untuk variabel kepuasan nasabah (variabel X₂) indikatornya meliputi:²¹

- 1) Pengalaman Baik
- 2) Kepuasan terhadap produk
- 3) Kepuasan terhadap layanan
- 4) Keputusan yang tepat

c. Citra Perusahaan

Untuk variabel citra perusahaan (variabel X₃) indikatornya meliputi:²²

- 1) Reputasi
- 2) Kredibilitas
- 3) Sikap
- 4) Daya tarik

d. Loyalitas Nasabah

Untuk variabel loyalitas nasabah (variabel Y) indikatornya meliputi:²³

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa

²¹ Andra Miranthi Idris, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, hlm. 4.

²² Andra Miranthi Idris, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)", hlm. 4.

²³ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31.

- 3) Mereferensikan kepada orang lain
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

2. Ruang lingkup objek penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian dalam penulisan ini adalah KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan. Nasabah yang menjadi onjeck penelitian adalah nasabah KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Demi tercapainya pemahaman dan persepsi yang sama mengenai pembahasan yang terkandung dalam proposal skripsi ini, maka perlu adanya penjelasan kata demi kata dari judul proposal skripsi ini, adapun kata-kata yang perlu ditegaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²⁴
2. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi produk yang dirasakan dan diharapkannya.²⁵
3. Citra perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya,²⁶

²⁴ Fajar laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 88

²⁵ Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis*, hlm. 10.

²⁶ Danang Primadona, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Tabungan Negara Kantor Kas Mastrip Kota Madiun", *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 01 (Februari, 2016), hlm. 59.

4. Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.²⁷
5. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah untuk melakukan transaksi keuangan.

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan”, serta definisi singkat tentang kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan dan loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting didalam membangun sebuah perusahaan. Karena apabila kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra bank baik maka nasabah akan tetap loyal terhadap perusahaan yang dipilihnya.

²⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 13.