

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan bisnis perusahaan perlu adanya pemasaran untuk menginginkan pendapatan yang besar. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.<sup>1</sup>

Strategi merupakan ilmu pemasaran yang harus ada dalam setiap perusahaan untuk mencapai dari tujuan perusahaan yang mana pada dasarnya strategi merupakan seni dan ilmu untuk mengembangkan dan menggunakan.<sup>2</sup> Sebelum itu, perusahaan terlebih dahulu menganalisis kebutuhan konsumen. Tujuan dengan adanya strategi ini untuk meningkatkan daya saing terhadap produk yang sama yang dimiliki oleh perusahaan lain.<sup>3</sup>

Strategi seorang pemasar diperlukan untuk meningkatkan daya saing seperti halnya harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya, pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian, kapan dan di mana dibutuhkannya. hal ini menjadi peranan pemasaran yang harus dilakukam. Peranan pemasaran saat ini

---

<sup>1</sup> Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 2.

<sup>2</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UP Press, 2019). 9.

<sup>3</sup> Budi Rahayu Pratama Putri, *Manajemen Pemasaran*, (Bali: Universitas Udayana, 2017). 1.

tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba.<sup>4</sup>

Menghasilkan laba dan kepuasan merupakan sebuah tujuan dalam menyampaikan produk atau jasa. Supaya hal itu terjadi, maka sasaran dari pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.<sup>5</sup>

Terciptanya kepuasan pada konsumen itu dihasilkan dari seorang produsen yang mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Disamping itu, seorang pemasar (*marketing*) harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus mampu menarik minat konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.<sup>6</sup> Untuk menarik minat konsumen untuk membeli maka produsen harus menciptakan produk yang berkualitas.

Kualitas pasti tidak asing lagi bagi masyarakat. Karena dalam setiap transaksi pasti akan memandang sebuah kualitas yang baik terhadap produk yang akan dibeli serta mempertimbangkan kualitas yang ada pada produk tersebut. Kualitas adalah tingkat baiknya suatu kadar. Kualitas merupakan salah satu

---

<sup>4</sup> Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 2.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, Cet IV, 2004), 1.

indicator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan. Kualitas mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan karena yang menjadikan pendorong seorang pelanggan untuk menjalin ikatan terhadap lembaga yaitu kualitas.<sup>7</sup> Dengan adanya kualitas yang kuat tersebut maka konsumen mempunyai keinginan untuk membeli produk yang berkualitas.

Kualitas produk merupakan hal yang utama dari perusahaan mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu.<sup>8</sup> Selain itu, pada masa sekarang persaingan bisnis sangat ketat, lembaga membutuhkan usaha dan strategi yang kuat untuk mendapatkan calon nasabah dan mempertahankannya.

Keberhasilan strategi untuk mendapatkan calon nasabah dan untuk mempertahankan salah satunya ditentukan oleh kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan pada nasabah melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.<sup>9</sup> Pelayanan yang diberikan lembaga keuangan dikatakan baik dan berkualitas dilihat dimana semakin tingginya tingkat kepuasan nasabah serta pembelian ulang yang lebih sering.<sup>10</sup>

Oliver menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak

---

<sup>7</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UP Press, 2019). 54.

<sup>8</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute, 2017). 32.

<sup>9</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UP Press, 2019). 57.

<sup>10</sup> Ibid. 58.

cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.<sup>11</sup> Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang paling utama baik dalam terori maupun praktik pemasaran, serta menjadi tujuan utama dalam kegiatan bisnis. Pentingnya kepuasan pelanggan menjadi factor utama untuk berkontribusi dalam menciptakan loyalitas pelanggan, atau reputasi dari perusahaan, dan dapat meningkatkan efisiensi karyawan.<sup>12</sup>

Kepuasan pelanggan menjadi factor utama dalam perusahaan, perusahaan yang inovatif, bermutu, harga bersaing ini sangat mampu untuk bersaing dengan produk lain. Semakin berkualitas suatu produk maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Begitu juga kualitas pelayanan, semakin baik pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lilik Rahmawati & Nofianan Hidayatin (2014) terbukti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.<sup>13</sup> Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cokorda Istri Agung Krisna Dewi & I Gede Martha Sudiarta (2018) terbukti hasil dari penelitiannya bahwa kualitas layanan dan kualitas produk sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>14</sup> Dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwasanya kualitas layanan dan kualitas produk dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>11</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UP Press, 2019). 86

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDi, 2019). 377.

<sup>13</sup> Lilik Rahmawati & Nofianan Hidayatin, "Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Waru," *Jurnal eL-Qist*, Vol. 04, No. 01 (April 2014): 763.

<sup>14</sup> Cokorda Istri Agung Krisna Dewi & I Gede Mertha Sudiarta, "Pengaruh Kualitas pelayanan Daj Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 07, No. 08 (2018), 4539.

Kepuasan anggota yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan merupakan dua hal yang penting dan bisa memberikan daya saing terhadap lembaga keuangan syariah lainnya. Dalam pelayanan tentunya masyarakat akan memilih lembaga keuangan yang menjamin keamanannya dengan prosedurnya yang tidak terlalu rumit dan pelayan yang memuaskan. Jelas betapa pentingnya baik memusatkan perhatian terutama dalam mencegah berpindahny nasabah pada lembaga lain, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan menggunakan produk-produk yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-ma wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Mal Wat Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>15</sup>

BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan menyadari betapa pentingnya peningkatan kualitas layanan dan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota. Sehingga anggota menjadi puas dan tetap setia menjadi anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebagai penghimpun dana dan penyalur dana selalu memberikan pelayanan terbaik untuk para anggotanya. Tidak terlepas juga tabungan idul fitri sebagai salah satu produk simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

---

<sup>15</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta, Prenamedia Group: 2009), 452.

Tabungan idul fitri adalah simpanan dana dengan akad *wadiah yaddhamanah* yang digunakan untuk kebutuhan hari raya idul fitri. Akad berdasarkjan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.<sup>16</sup> Tabungan yang menerapkan akad *wadia'ah yaddhamanah* seperti yang dijelaskan. Artinya, tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lainnya.

Keuntungan bagi penabung dari tabungan idul fitri adalah Transaksi mudah, aman dan terhindar dari riba dan haram, ikut membantu sesama ummat (ta'awun), mendapat bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat dirupakan untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri, dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.<sup>17</sup>

Hal ini ditunjukkan dengan adanya jumlah anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan yang setiap tahunnya selalu menunjukkan peningkatan.

**Gambar 1.1**

**Jumlah Anggota Tabungan Idul Fitri**



<sup>16</sup> <https://bmtnusantara.co.id/list-produk-0000000013-simpanan.html>, pada tanggal 17 April 2021 pukul 10.13 Wib.

<sup>17</sup> Ibid.

Jumlah anggota tabungan idul fitri BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan pada tahun 2016 berjumlah 176 anggota, pada tahun 2017 berjumlah 207 anggota, pada tahun 2018 berjumlah 242 anggota, pada tahun 2019 berjumlah 276 anggota, pada tahun 2020 berjumlah 300 anggota. Ini menunjukkan jumlah anggota tabungan idul fitri pada tahun 2016 sampai 2020 mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya.

Dalam hal ini permasalahan yang dihadapi oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah bagaimana BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan tersebut bisa memberikan kepuasan terhadap anggota tabungan idul fitri yang akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Anggota akan merasa puas jika kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh anggota. Hal tersebut akan mengakibatkan kepuasan nasabah yang tentunya menjadi keputusan dalam menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Begitu juga sebaliknya, kekecewaan anggota terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan anggota akan mengakibatkan ketidakpuasan pada anggota.

Dari uraian latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Idul Fitri Di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dapat dirumuskan rumusan masalah yang muncul kaitannya dengan tema penelitian ini untuk dikaji, diantaranya adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri cabang Kota Pamekasan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri cabang Kota Pamekasan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas Layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri cabang Kota Pamekasan

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan mamfaat, baik mamfaat secara akademis maupun mamfaat secara praktis.

### **1. Mamfaat teoritis**

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dalam memahami perilaku nasabah untuk menjangkau para calon anggota dan mempertahankan anggota pada BMT UGT Sidogiri Cabang kota Pamekasan.

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dan wawasan tentang pentingnya kualitas produk serta pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah.

#### **b. Bagi Lembaga IAIN Madura**

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

### **2. Mamfaat Praktis**

#### **a. Bagi BMT UGT SIDOGIRI Cabang Pamekasan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi BMT UGT SIDOGIRI Cabang Kota Pamekasan. Selain itu, diharapkan pula hasil penelitian ini menjadi bahan evaluasi terhadap peningkatan kualitas produk yang ada di BMT UGT SIDOGIRI Cabang Kota Pamekasan.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sehingga masyarakat yang bersangkutan tidak ragu untuk menabung serta untuk mempercayai lembaga keuangan tersebut untuk mengelola dana mereka.

#### **E. 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 adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.<sup>18</sup>

Asumsi dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT SIDOGIRI Cabang Pamekasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk karena termasuk factor yang mempengaruhi kepuasan anggota dimana memberikan mamfaat dan hasil.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian. Tujuannya adalah agar dalam kegiatan penelitiannya, perhatian peneliti tersebut terfokus hanya pada informasi atau data yang diperlukan bagi pengujian hipotesis.<sup>19</sup>

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam

---

<sup>18</sup> Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), 10.

<sup>19</sup> Suharsimi Arikonto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 55.

bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan

H<sub>3</sub> : terdapat pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Variable Penelitian**

Variabel merupakan atribut sekaligus objek yang menjadi titik suatu penelitian. Komponen dimaksud penting dalam menarik kesimpulan atau refrensi suatu penelitian. Ada beberapa jenis variabel dalam penelitian. Variabel-variabel dimaksud antara lain: variabel bebas dan variabel terikat, variabel aktif dan variabel atribut, variabel kontinu dan variabel kategori termasuk juga variabel laten. Selain itu kriteria atau syarat suatu variabel yang baik dalam pengembangan variabel-variabel penelitian.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 50.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menentukan variabel-variabel sebagai berikut:

**a. Variabel independen (variabel bebas)**

Dalam penelitian ini variabel independen diasumsikan dengan variabel X. Peneliti menentukan bahwa kualitas pelayanan, sebagai variabel X1 dan kualitas produk sebagai variable X2 karena diduga dapat mempengaruhi kepuasan anggota tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

Adapun variable-variabel yang diteliti adalah:

1) Kualitas Layanan:

- a) Keandalan (*Reliability*)
- b) Jaminan (*Assurance*)
- c) Bukti Fisik (*Tangibles*)
- d) Empati (*Empathy*)
- e) Daya Tanggap (*Responsiveness*)<sup>21</sup>

2) Kualitas Produk:

- a) Kinerja (*performance*)
- b) Ciri-ciri keistimewaan tambahan (*feature*)
- c) Kesesuaian dengan spesifikasi
- d) Keandalan (*reliability*)
- e) Daya tahan (*durability*)
- f) Estetika (*esthetica*)

---

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2019). 328.

g) Kualitas yang dipersepsikan<sup>22</sup>

**b. Variabel dependen / variabel terikat (kepuasan anggota)**

Variabel dependen diasumsikan dengan variabel Y. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan anggota.

Adapun indikator dari kepuasan anggota adalah:

1. *Re-Purchase*: Membeli kembali
2. Menciptakan *Word of Mouth*
3. Menciptakan Citra Merek
4. Menciptakan keputusan pembelian<sup>23</sup>

**2. Populasi atau subjek penelitian**

Dalam penelitian ini data yang diteliti adalah Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Kota Pamekasan.

**H. Definisi Istilah**

1. Kualitas Pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>24</sup>
2. Kualitas Produk adalah satu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*. Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk. Hal ini akan semakinmendekatkan pemasar dengan nila-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Farid Firmansyah, Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019). 20.

<sup>23</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Makasar: Global RCI, 2017). 81

<sup>24</sup> Farid Firmansyah, Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019). 11.

<sup>25</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia, 2009),130.

3. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah sangat puas.<sup>26</sup>
4. Tabungan idul fitri adalah Tabungan idul fitri adalah simpanan dana dengan akad *wadiah yadhdhamanah* yang digunakan untuk kebutuhan hari raya idul fitri. Akad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

## I. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian Novia Susanti & Arsyad Syahrian (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang”. Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier  $Y = 0,622 + 0,896 X$  yang berarti setiap perubahan nilai variable kualitas pelayanan akan diikuti oleh perubahan variable kepuasan nasabah sebesar 0,896. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,995 menunjukkan 99,5% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variable kualitas pelayanan dan sisanya 0,5% dijelaskan oleh variable yang tidak diteliti. Nilai korelasi sebesar 0,997 menandakan hubungan yang sangat kuat. Hasil uji signifikan diperoleh dari probabilitas  $0,005 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Sehingga diperoleh kesimpulan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang

---

<sup>26</sup> Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2000). 31.

positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.<sup>27</sup>

Penelitian Khairunnisa (2020) dengan judul “pengaruh kualitas produk tabungan idul fitri terhadap minat nasabah menabung di BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Banjarmasin”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran kualitas produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan idul fitri. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan variable bebas (*reliability (X1)*, *asthetic (X2)*, *perceived quality (X3)*, dan *performance (X4)*) berpengaruh terhadap minat nassabah dalam menggunakan produk tabungan idul fitri di bmt ugt sidogiri cabang Banjarmasin.<sup>28</sup>

Penelitian Fitri Novianti Pramudya (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum di Pegadaian Syariah” studi pada Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung. Jenis penelitian bersifat deskriptif analisis dengan tehnik penelitian menggunakan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 27 nasabah pembiayaan Ar-Rum BPKB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman

---

<sup>27</sup> Novianti Susanti & Arsyad Syahrinan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang,” *Jurnal Ilmiah Feasible*, Vol. 1, No.1 (Februari 2019): 55.

<sup>28</sup>Khairunnisa, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Idul Fitri terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Banjarmasin”, (Skripsi: UIN Antasari, 2020).

Hakim Bandar Lampung.<sup>29</sup>

Dalam penelitian Meli Andriyani & Riski Eko Ardianto (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank” data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian menghasilkan temuan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah positif.<sup>30</sup>

Perbedaan dan persamaan penelitian yang akan diteliti di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dengan beberapa penelitian terdahulu tersebut yaitu:

**Tabel 1.1**

<b>NO</b>	<b>JUDUL</b>	<b>PERSAMAAN</b>	<b>PERBEDAAN</b>
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable X1: Kualitas pelayanan</li> <li>• Variable Y: Kepuasan nasabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable X2: Harga</li> <li>• Objek penelitian</li> </ul>
2	Pengaruh kualitas produk tabungan idul fitri terhadap minat nasabah menabung di BMT UGT Sidogiri Indonesia Cabang Banjarmasin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable X: Kualitas produk</li> <li>• Tabungan idul fitri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable Y: minat nasabah</li> <li>• Objek penelitian</li> </ul>

<sup>29</sup>Fitri Noviantori Pramudya, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum di Pegadaian Syariah” (Skripsi: UIn Raden Intan Lampung, 2019).

<sup>30</sup>Meli Andriyani & Riski Eko Ardianto, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank,” *EKOMABIS*, Vol. 01, No. 02 (Juli 2020): 133.

3	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum di Pegadaian Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable X1: Kualitas produk</li> <li>• Variable X2: kualitas pelayanan</li> <li>• Variable Y: Kepuasan nasabah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembiayaan Ar-Rum</li> <li>• Objek penelitian</li> </ul>
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas pelayanan</li> <li>• Kualitas produk</li> <li>• Kepuasan Nasabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian</li> </ul>