

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank mempunyai peran yang sangat penting dalam stabilitas dan pertumbuhan ekonomi melalui kontribusi yang diharapkan untuk meningkatkan efisiensi dari realokasi dan pemanfaatan dana dan sumber terakhir dalam perekonomian. Bank Islam saat ini menjadi bagian penting di dunia dan dipandang sebagai alternatif sistem yang layak dari berbagai sistem yang ditawarkan, sehingga diterima secara universal. Di Indonesia kata syariah dipergunakan untuk menyebutkan bank Islam untuk menunjukkan konsistensi dalam menerapkan sistem syariah dan mengimplementasikan nilai-nilai kejujuran dan keteguhan menjalankan agama.¹

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.² Pada dasarnya kegiatan dalam perbankan syariah merupakan perluasan jasa dari perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak berdasar pada sistem bunga melainkan atas prinsip syariah sebagaimana digariskan syariah (hukum) Islam.

Bank syariah adalah lembaga perantara yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah tidak dibenarkan untuk menggunakan instrumen bunga (*interest*) dalam berbagai aktivitas yang dilakukan oleh bank.

¹ Irma Setiyawati, *Bank Umum Syariah Di Indonesia: Peningkatan Laba Dan Pertumbuhan Melalui Pengembangan Pangsa Pasar*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 1-3.

² Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah (Jakarta: Juli 2008), 6.

Hal ini dikarenakan, ulama menyatakan bahwa bunga bank adalah riba. Sementara islam menyatakan bahwa riba adalah haram. Perbankan syariah di Indonesia mulai pada Tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai pioner lembaga perbankan syariah. Dari data statistik perbankan syariah (2005) sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia tingkat pertumbuhan perbankan syariah di tanah air sangat signifikan, pesatnya perkembangan sektor bisnis ini terutama terjadi sejak dikeluarkannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998, yang memungkinkan para pemain di dunia perbankan untuk mengimplimentasikan *Deal Banking Business*. Selain itu situasi nasional pada Tahun 1998 ketika industri perbankan nasional mengalami krisis kepercayaan dari nasabahnya sendiri, yaitu masyarakat Indonesia, turut mendorong perbankan syariah sebagai salah satu upaya alternatif rehabilitasi dunia perbankan.³

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayan dapat dinilai dari persepsi pelanggan dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga yang dirasakan oleh pelanggan adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.⁴

Tujuan utama dari pelayan yang diberikan oleh seluruh karyawan dan pimpinan adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabahnya, baik

³ Inggang Perwangsa Noralam, *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), 9-13.

⁴ Dewi Rosaindah, "Pengaruh E Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI' 46 Cabang Lansia," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 5, no. 2 (November, 2016): 548-549.

secara kuantitas dan kualitas. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka tercipta kepuasan pelanggan atau konsumen yang baik pula. Pada dasarnya tujuan perusahaan adalah menciptakan kepuasan para pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, menjadikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.⁵

Pada saat ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat besar. Persaingan yang sangat ketat, dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menemukannya pada tujuan utama. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para konsumen atau nasabah. Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang dimiliki para petugas dalam memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.⁶

⁵ Kasmir, *Customer Services Excellent*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2017), 235.

⁶ Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. BPR Artha Adyamurthi di Kediri Tabanan," *Jurnal Satyagraha* 01, no. 02 (Januari, 2019): 105, <https://doi.org/10.47532/jis.v1i2.47>.

Menurut Shet yang dikutip oleh Tjiptono memberi definisi loyalitas sebagai berikut : “ loyalitas pelanggan (*Customer Loyalti*) adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap (*Attitude*) yang sangat positif dan wujud perilaku (*Behaviour*) pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan tersebut secara konsisten.”. Salah satu aspek yang penting dari loyalitas pelanggan adalah hubungan emosional antara pelanggan yang loyal dengan perusahaan. Pelanggan yang memiliki loyalitas sejati merasakan adanya ikatan emosional dengan perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan kekayaan yang tak ternilai bagi suatu perusahaan oleh karena itu perusahaan harus dapat menciptakan suatu hal yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.⁷

Seorang pelanggan yang loyal sudah pasti pelanggan yang puas. Hal seperti inilah yang mendorong perusahaan mengembangkan teknik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan demi mencapai pelanggan yang loyal. Diharapkan perusahaan dapat membentuk suatu komunitas pelanggan yang loyal, sehingga dapat mencapai tingkatan pelanggan yang lebih tinggi lagi.⁸ Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.⁹

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan terletak di Jalan Mesigit No. 33 Pamekasan merupakan lembaga keuangan di Pamekasan yang mempunyai kantor pusat di Jalan Trunojoyo No. 137 Sumenep. Ketatnya persaingan perbankan konvensional maupun syariah menuntut karyawan Bank Pembiayaan Rakyat

⁷ Ibid., 81.

⁸ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 69.

⁹ Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah (Jakarta: Juli 2008), 8.

Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan untuk terus meningkatkan kualitas kinerjanya dan pelayanan harus tetap dimaksimalkan, dengan cara pelayanan antar jemput, pelayanan apabila ada nasabah yang tidak mengerti bagaimana prosedur yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan bisa langsung melalui kontak telepon dengan karyawannya. Setiap karyawan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya agar nasabah terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan. Sebab dalam bisnis jasa kepuasan nasabah merupakan satu hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh setiap karyawan.¹⁰

Pandemi Covid- 19 saat ini melanda dunia termasuk Indonesia, sehingga menimbulkan berbagai dampak termasuk ekonomi. Ada banyak kerugian yang disebabkan oleh Covid-19 yang berdampak pada perekonomian Indonesia telah meluas keberbagai belahan dunia. Dampaknya pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata terpuruk akibat wabah ini.¹¹

Dari tantangan tersebut ekonomi dan bisnis syariah harus menyusun strategi sehingga mengatasi dampak pandemi Covid-19 ini. Diantaranya penerapan *Physical Distancing* untuk memutus penyebaran Covid-19. Kondisi ini diterapkan di Indonesia mulai berkisar di bulan februari 2020. *Physical distancing* ini diberlakukan setelah merebaknya Covid-19 di dunia. Pemerintah memberlakukan adanya pembatasan sosial atau kondisi menjaga jarak untuk mencegah penularan Covid-19. Masyarakat di himbau untuk menghindari adanya kerumunan, keluar rumah maupun aktivitas yang melibatkan banyak pihak/ orang.

¹⁰ Achmad Baidawi Aziz, Karyawan BPRS Cab. Pamekasan, *Wawancara Langsung* (15 Januari 2021).

¹¹ Yenti Sumarni, "Pandemi Covid -19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis," *Jurnal Al Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6, no. 2 (September, 2020): 56, <https://dx.doi.org/10.29300/aij.v6i2.3358>.

Semua aktivitas dan kegiatan di dasarkan dilakukan melalui rumah saja sehingga muncullah istilah WFH (*Word Form Home*).

Physical Distancing ini diterapkan di semua lembaga keuangan seperti di BPRS Cabang Pamekasan guna mencegah penyebaran Covid-19. Dengan adanya *physical distancing* ini ada beberapa kebijakan pelayanan yang dirubah sesuai dengan protokol kesehatan dan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan resmi memberlakukan kebijakan pelayanan tersebut diantaranya, pertama, jam operasional BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan untuk sementara berubah menjadi pukul 08.30 hingga 15.00 WIB setiap hari kerja. Dimana sebelum merebaknya virus Covid-19 jam operasional BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dimulai pukul 07.30 hingga 16.00 WIB setiap hari kerja. Manajemen mengatakan pembatasan kegiatan operasional dilakukan sebagai bentuk imbauan pemerintah dan otoritas terkait ditengah wabah Covid-19.¹²

Kedua, pembatasan jumlah nasabah yang masuk pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan setiap jam kerja. Di mana sebelumnya tidak ada batasan jumlah nasabah yang masuk tetapi setelah diberlakukannya *Physical Distancing* ada batasan mengenai jumlah nasabah menjadi 8-10 orang setiap jam kerja. Ketiga, penerapan protokol kesehatan. Di mana semua nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, diwajibkan memakai masker dan mencuci tangan sebelum masuk ke BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan guna memutuskan penyebaran Covid-19.

Penerapan *Physical Distancing* ini mengakibatkan persaingan didunia perbankan semakin ketat sehingga pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang

¹² Hilwah, Costumer Servise BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, *wawancara Langsung* (15 Januari 2021).

Pamekasan harus meningkatkan pelayanannya agar nasabah tetap merasa puas dan loyal terhadap pelayanan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, Maria Magdanela Minarsih, Aziz Fathoni, 2016 dengan judul penelitian “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)”. Mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.¹³ Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu, layak untuk diteliti di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan apakah terjadi hal yang sama atau tidak dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid -19”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19?

¹³ Heri Setiawan, “Pengaruh Kualitas Poduk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal of Manajemen* 2, no. 2, (Maret, 2016): 12, <https://dx.doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p157-171> .

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19?
4. Apakah ada pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap Loyalitas di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening pada masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
2. Untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
3. Untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
4. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening pada masa pandemi Covid-19.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar/postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah bisa diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang akan diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁴

Adapun asumsi dasar penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
2. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
3. Nasabah akan merasa puas jika kebutuhannya terpenuhi.
4. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan

¹⁴ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi*, (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), 10.

sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹⁵

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
2. H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
3. H₃: Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan pada masa pandemi Covid-19.
4. H₄: Ada pengaruh tidak langsung antara Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan melalui kepuasan nasabah Sebagai variabel intervening pada masa pandemi Covid-19.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konkrit bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini, dapat memperoleh pengalaman bagi peneliti dan menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai penghubung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

¹⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 64.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura)

Penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan IAIN Madura dan subbangsi pemikiran yang dapat dibaca oleh mahasiswa sebagai perbandingan dan referensi untuk bahan materi perkuliahan dan penelitian selanjutnya.

3. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, supaya menumbuhkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

4. Bagi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai penghubung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, ruang lingkup terdiri dari:

1. Ruang Lingkup Variabel

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X), loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y), serta Kepuasan nasabah sebagai variabel Intervening (Z). Agar variabel yang

menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

a. Kualitas layanan sebagai variabel independen (X), indikator dari kualitas pelayanan yaitu:¹⁶

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik)
- 2) *Reliabilitas* (Kehandalan)
- 3) *Responsiveness* (Daya tanggap)
- 4) *Assurance* (Jaminan)
- 5) *Empathy* (Empati)

b. Loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y), indikator dari loyalitas yaitu:¹⁷

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*Makes Regular Repeat Purchases*)
- 2) Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa (*Purchases Across Product And Service Lines*)
- 3) Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*)
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates On Immunity To The Full Of The Competition*)

c. Kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* (Z), indikator dari kepuasan yaitu:¹⁸

- 1) Mengulang kembali pembelian produknya
- 2) Menambah pembelian

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 195.

¹⁷ Effa Mamang Sangadji dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis di Sertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 105.

¹⁸ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), 238-239.

3) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut

2. Ruang Lingkup Objek

Lokasi dalam penelitian ini adalah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang berada di Jalan Mesigit No. 33, Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Demi tercapainya pemahaman dan persepsi yang sama mengenai pembahasan yang terkandung dalam penelitian ini, maka perlu adanya penjelasan kata demi kata dari judul penelitian ini. Adapun kata yang perlu ditegaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.
2. Loyalitas adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.
3. Kepuasan adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya.
4. Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit Corona Virus 2019 (*Coronavirus Disease 2019*, disingkat Covid-19) diseluruh dunia untuk semua negara.

5. Variabel Intervening atau variabel mediasi adalah tipe variabel-variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah menjadi hubungan yang tidak langsung.

I. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Berikut adalah hasil-hasil penelitian terdahulu:

Pertama, Heri Setiawan, Maria Magdanela Minarsih, Aziz Fathoni, 2016, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)”. Penelitian ini menggunakan variabel intervening. Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. Studi kasus pada nasabah Koperasi Rejo Agung Cabang Ngaliyan. Hasilnya kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada koperasi Rejo Agung Sukses Semarang, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Jas Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang..¹⁹

Kedua, Rizal Zulkarnain, Her Taufik, Agus David Ramdansyah, 2020 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

¹⁹ Heri Setiawan, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal of Manajemen* 2, no. 2, (Maret, 2016): 12, <https://dx.doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p157-171>.

(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)". Penelitian ini menggunakan variabel intervening. Metode yang digunakan adalah metode kausal komparatif. Studi kasus pada PT. Bank Syariah Mu'amalah Cilegon. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁰

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy & Evrita Putri Azzahroh, 2017, dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Studi kasus penelitian ini Bank Syariah. hasilnya hipotesis 1 menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah, hipotesis 2 yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, hipotesis 3 yang menyatakan kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.²¹

²⁰ Rizal Zulkarnain, Her Taufik Dan Agus David Ramdansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* (Februari, 2020): 1, <https://doi.org/10.47080/1047080/vol1no02/jumanis>.

²¹ Muhammad Zakiy, Evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, No. 1, (Yogyakarta, 2017): 33-34, <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>.

Tabel 1.1
Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Diteliti

Perbedaan	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Peneliti
Judul	“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)”.	“Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mu’amalah Cilegon)”.	“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”.	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid -19”.
Metode Analisis	Regresi linear berganda	Regresi berganda	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda
Waktu	2016	2020	2017	2021
Sumber data	Data Primer - Kuesioner Data Sekunder - Pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini.	Data primer - Kuesioner Data Sekunder - Dokumen - Jurnal penelitian terdahulu yang mengkaji permasalahan yang sama.	Data Primer - Kuesioner Data Sekunder - Studi Literatur	Data primer - Kuesioner Data Sekunder - Dokumen
Metode penelitian	Kuantitatif	Kausal komparatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Sampel	100 Responden	93 Responden	100 Responden	99 Responden

Objek Penelitian	Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan.	PT. Bank Syariah Mu'amalah Cilegon	Lima Bank Syariah di Indonesia	BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. 2. kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. 3. kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4. kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepasan pelanggan. 5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hepotesis 1: menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah. 2. Hipotesis 2: menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. 3. Hipotesis 3: menyatakan kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Pada Masa Pandemi Covid -19. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Pada Masa Pandemi Covid -19. 3. Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Pada Masa Pandemi Covid -19. 4. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

				<p>dengan kepuasan Sebagai variabel Intervening di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Pada Masa Pandemi Covid -19.</p> <p>5. Kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Pada Masa Pandemi Covid -19.</p>
--	--	--	--	--