

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang suatu sikap dan hubungan yang dihasilkan setelah membandingkan ekspektasi atau harapan dengan realita atau hasil yang diterima. Kualitas layanan adalah suatu ukuran sejauh mana layanan yang telah diberikan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan adalah suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.¹

Kualitas pelayanan yang baik dapat menentukan sikap konsumen dalam memberikan penilaian sehingga konsumen akan memutuskan dan memberikan kesan yang baik terhadap pelayanan yang diberikan, apabila konsumen merasa puas maka konsumen tersebut akan cenderung loyal terhadap perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar sekaligus menciptakan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai usaha dalam memenuhi harapan konsumen yang tidak selamanya sama atau berubah-ubah, karena seiring berjalannya waktu maka keinginan konsumen cenderung akan terus berkembang.²

Kualitas pelayanan harus mendapat perhatian besar dari perusahaan karena berhubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan

¹ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (Maret, 2009): 59.

² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (Januari-Juni, 2017): 51.

perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi keinginan konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen dan erat kaitannya dalam menciptakan profit atau keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi pula.³

Model kualitas layanan yang populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*). Semua pihak yang membeli dan mengonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik *variability*, sehingga kinerja yang dihasilkannya seringkali tidak konsisten. Untuk itu nasabah menggunakan isyarat intrinsik (*output* dari penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas layanan.⁴

Menurut Tjiptono, Kualitas pelayanan mendorong ke arah peningkatan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi satu kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasannya. Sebaliknya ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan dapat menjadi alasan konsumen untuk pindah, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen⁵, seperti

³ Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen* 11, no. 2 (September, 2016): 266.

⁴ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 24.

⁵ Velnawati K.L. Ohy, Johny A.F. Kalangi dan Joula J. Rogahang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Jumbo Swalayan Manado"

penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan.⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Abd. Haqi selaku Akun Office Simpanan dan Pinjaman (AOSP) bahwasanya SOP pada pelayanan di KSPPS BMT UGT Sidogiri yaitu: Ramah dan sopan serta melayani dengan setulus hati dan ikhlas, terstruktur dalam melayani pembukaan buku tabungan ataupun pembiayaan, mensosialisasikan atau memperkenalkan produk tabungan ataupun pembiayaan ke masyarakat umum, mengawal anggota dari awal sampai akhir, menjaga kerahasiaan identitas ataupun pembiayaan dan tabungan anggota, dan menjemput tabungan.⁷

Sudaryono mendefinisikan produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan. Kotler dan Keller mendefinisikan secara luas tentang produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, *property*, organisasi, informasi dan ide.⁸ Kualitas produk merupakan serangkaian karakteristik yang melekat pada produk yang dapat diukur secara kuantitatif, oleh karenanya kualitas produk dicerminkan oleh kuatitas atribut yang terdapat pada produk, dan karena setiap atribut memerlukan biaya untuk memproduksinya, maka semakin tinggi kualitas semakin tinggi pula biaya produksinya.⁹

⁶ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 10, no. 2 (September, 2017), 212.

⁷ Abd. Haqi, AOSP BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (20 April 2022)

⁸ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Nasabah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 17.

⁹ Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 43.

Menurut Tjiptono, kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono, Chandra, dan Adriana, selain memperhatikan dari segi kualitas produknya, dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen juga bisa melihat dari kualitas pelayanannya, karena pelayanan yang baik juga merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis atau usaha. Kualitas yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsinya terhadap kinerja, yang kemudian akan berdampak pada kepuasan pelanggan,¹⁰ seperti penelitian yang dilakukan oleh Sri Oktaviani bahwa kualitas produk secara langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Abd. Haqi selaku Akun Office Simpanan dan Pinjaman (AOSP) bahwasanya SOP pada produk tabungan *Mudharabah* Berjangka yaitu: Mengisi formulir permohonan pembukaan Tabungan berjangka (Deposito), foto kopi identitas diri (KTP/SIM), Setoran minimal Rp. 500.000, bisa dijadikan jaminan pembiayaan, jangka waktu yang fleksibel : 1, 3, 6, 9, 12 dan 24 bulan, mendapatkan Warkat (bukti pemilik tabungan *Mudharabah* Berjangka), tabungan dapat diterima hanya pada saat jatuh tempo, penarikan harus dilakukan oleh pemilik tabungan atau bisa diwakilkan dengan menyertakan surat kuasa.¹²

Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan pelanggan yang digambarkan setelah membandingkan apa yang dia harapkan dengan apa yang

¹⁰ Anindya Dwiana Putri dan Sri Rahayu Tri Astuti, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)", *Diponorogo Journal Of Management* 6, no. 2 (2017), 1.

¹¹ Sri Oktaviani, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening" (Disertasi, UIN Raden Fatah, Palembang, 2020), 118.

¹² Abd. Haqi, AOSP BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (20 April 2022)

telah ditawarkan perusahaan.¹³ Teknologi informasi dan mesin transaksi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan bisnis lembaga keuangan. Kepuasan pelanggan bergantung pada pelanggan, sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan berkualitas maka dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk terus loyal dengan perusahaan. Di saat lembaga keuangan syariah muncul persaingan semakin ketat baik secara nasional maupun internasional, oleh karena itu lembaga keuangan berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah salah satu caranya adalah dengan menawarkan berbagai jenis produknya sehingga nasabah akan memiliki banyak pilihan dan kekuatan tawar-menawar akan semakin besar, ini semua menjadi bagian penting untuk mendorong setiap lembaga keuangan dalam memenuhi kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya.¹⁴

Kepuasan nasabah sangat penting bagi lembaga keuangan dan perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Kepuasan nasabah lama dapat menular kepada nasabah baru dengan menggunakan berbagai cara, sehingga dengan begitu akan dapat meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya, hal tersebut dapat dengan cepat menular ke nasabah

¹³ Dita Putri Anggraeni, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Adminidtrasi Bisnis* 37, no. 1, (Agustus, 2016): 172..

¹⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), 83.

lain dan memiliki potensi menambah nasabah baru dan nasabah lama akan tetap dapat dipertahankan atau loyal.¹⁵

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan maka perusahaan tidak akan ada dan aset perusahaan akan sangat kecil nilainya, karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan memberikan penawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan.¹⁶ Ketika nasabah merasa puas atas pelayanan suatu produk/jasa maka besar kemungkinannya nasabah tersebut akan mempromosikan secara sukarela produk/jasa tersebut kepada orang-orang sekitarnya. Adanya sebuah rekomendasi positif dari suatu nasabah kepada seseorang sudah pasti akan menguntungkan pihak penjual, namun apabila nasabah tersebut merasa kurang puas atau bahkan kecewa terhadap produk atau jasa yang diberikan, maka kesediaan untuk menggunakan produk/jasa tersebut akan hilang.¹⁷

Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati.¹⁸ Tabungan Berjangka merupakan suatu taungan yang penyeteran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu yang telah disepakati sebelumnya dengan menggunakan akad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyaraka* dengan nisbah sebagai berikut: Jangka waktu 1 Bulan

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), 161.

¹⁶ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 5.

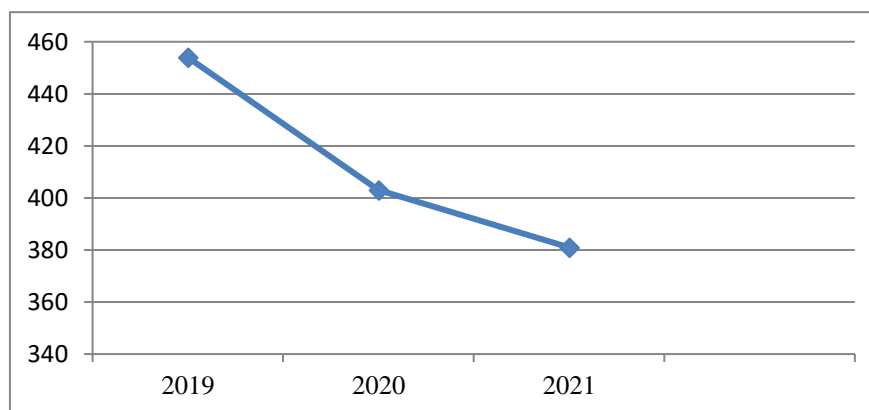
¹⁷ Nurul Huda dkk., *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Depok: KENCANA, 2017), 139.

¹⁸ Feby Ayu Amalia, "Investasi Tabungan di Bank Syariah dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syaiah", *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Perbankan Islam* 4, no.1 (Juni, 2019): 76,

Nisbah 50% Anggota : 50% BMT, jangka waktu 3 Bulan Nisbah 52% Anggota : 48% BMT, jangka waktu 6 Bulan Nisbah 55% Anggota : 45% BMT, jangka waktu 9 Bulan Nisbah 57% Anggota : 43% BMT, jangka waktu 12 Bulan Nisbah 60% Anggota : 40% BMT, jangka waktu 24 Bulan Nisbah 70% Anggota : 30% BMT. Jumlah anggota yang menggunakan tabungan *Mudharabah* Berjangka pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan pada periode tahun 2019-2021 seperti pada grafik di bawah ini:

Grafik 1

Jumlah Anggota Tabungan Mudharabah Berjangka



Sumber hasil wawancara peneliti dengan WAKA BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Setiap tahunnya jumlah anggota yang bergabung menggunakan tabungan *mudharabah* berjangka mengalami penurunan. Dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2019 jumlah anggota yang bergabung dengan menggunakan tabungan *mudharabah* berjangka sebanyak 454 anggota. Pada tahun 2020 jumlah anggota yang bergabung dengan menggunakan tabungan *mudharabah* berjangka sebanyak 403 anggota. Pada tahun 2021 jumlah anggota yang bergabung dengan menggunakan tabungan *mudharabah* berjangka sebanyak 381 anggota.

Menurunnya jumlah anggota tabungan *mudharabah* berjangka ini salah satunya akibat dampak virus *covid-19* yang tidak hanya menyerang fisik namun juga perekonomian anggota. Sampai saat ini jumlah anggota yang menggunakan tabungan *mudharabah* berjangka sebanyak 384 anggota.¹⁹

Berdasarkan pemaparan teori dan fenomena-fenomena yang terjadi, dengan didukung adanya penelitian-penelitian terdahulu beserta *research gap*. Penelitian dibuat untuk mengkaji lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan *Mudharabah* Berjangka di KSPPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan di atas maka penelitian ini dapat ditarik menjadi rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di

¹⁹ M Junaidi Yazid, WAKA BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (19 Februari 2022)

KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan
Periode 2019-2021?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan anggota Tabungan *Mudharabah* berjangka di KSPPS BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.²⁰ Adapun asumsi penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi* (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), 17.

1. Kepuasan anggota BMT dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk.²¹
2. Jika Kualitas pelayanan dan kualitas produk baik, maka akan menciptakan kepuasan pada anggota BMT.²²

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.²³ Perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Tabungan *Mudharabah* Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.

H_2 : terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Tabungan *Mudharabah* Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.

H_3 : terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Tabungan *Mudharabah* Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021.

²¹ Galih Arief Prakoso, Udisubakti Ciptomulyono Dan Fuad Achmadi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Kasmda KBS", *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 11, No. 2 (September, 2017), 293-294.

²² Ibid., 293-294.

²³ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 18.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan kegunaan atau manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi siapa saja membutuhkan yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan anggota di Lembaga keuangan syariah. Serta juga diharapkan dapat menjadi sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teoritis telah dipelajari di bangku perkuliahan.

a. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mengembangkan pengetahuan serta diharapkan menjadi salah satu sumber untuk meningkatkan daya pola berpikir mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Madura.

b. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini penulis bermaksud untuk memaparkan dan mengembangkan pola pikir sekaligus menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman bagi peneliti serta sebagai dalam mengimplemetasikan pengetahuan

peneliti mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan anggota di Lembaga keuangan Syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota di lembaga keuangan syariah. Selain itu diharapkan dapat dijadikan patokan baik dalam menyusun dan melakukan penelitian.

2. Secara Praktis

a. Bagi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Penelitian ini diharapkan dapat Memberikan informasi mengenai tingkat kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan saat ini. Kemudian dalam hal memenuhi kepuasan nasabah maka dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kenyamanan terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk pada anggota atau calon anggota dari BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri cabang Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian mencakup batasan atas variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian, dan lokasi penelitian.

1. Variabel Penelitian

Variabel yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang

dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen disebut juga Variabel terikat, output, konsekuen, tergantung, kriteria, terpengaruh, atau variabel efek.²⁴ Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab timbulnya perubahan pada variabel dependen. Variabel Independen disebut juga variabel bebas, perlakuan, kausa, risiko, stimulus, antecedent, pengaruh, treatment.²⁵ Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2).

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan variabel independen (X_1). Menurut Rudy Haryanto terdapat lima dimensi utama dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu:²⁶

- 1) Reliabilitas (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empaty*)
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

b. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan variabel independen (X_2). Menurut Tjiptono, Indikator kualitas produk yaitu:²⁷

²⁴ Eddy Roflin, dkk, *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Manajemen, 2021), 67.

²⁵ Ibid., 66.

²⁶ Dedeh Kurniasih, *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek* (Banten: Sembilan Visitama, 2021), 16-17.

²⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), 83.

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Keistimewaan tambahan (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

c. Kepuasan anggota

Kepuasan anggota merupakan variabel dependen (Y). Menurut Candrianto Indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:²⁸

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung Kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri cabang Pamekasan.

3. Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri cabang Pamekasan yang bertepatan di Jalan Dirgahayu, Sumur Putih, Bugih, Kecamatan Pamekasan.

²⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 92.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman pengertian mengenai maksud dari variabel yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan definisi istilah yang perlu dijelaskan dari judul skripsi ini, yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pengguna Tabungan *Mudharabah* Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021” Ada beberapa istilah yang peneliti simpulkan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen hingga konsumen akan loyal.
2. Kualitas produk merupakan beberapa karakteristik yang terdapat di dalam produk yang dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakannya.
3. Kepuasan merupakan perasaan yang dirasakan setelah membandingkan apa yang dia harapkan dengan apa yang telah diterimanya.
4. Produk *Mudharabah* Berjangka merupakan produk simpanan dengan menggunakan akad *mudharabah* dengan jangka waktu tertentu beserta nisbahnya yang ditentukan sebelum terjadinya akad.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga digunakan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dari beberapa

penelitian dan pembahasan terdahulu yang telah ditelusuri oleh peneliti, telah ditemukan beberapa referensi yang dapat dijadikan sebagai penelitian terdahulu karena adanya kemiripan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Tabungan *Mudharabah* Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pamekasan Periode 2019-2021”. Berikut ringkasan penelitian terdahulu yang memiliki sedikit kemiripan dengan tema yang penulis teliti diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan Sri Oktaviani dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Hasil analisisnya membuktikan bahwa pengujian variabel kualitas produk (X_2) terhadap variabel kepuasan (M) diperoleh angka T_{hitung} sebesar $2,368 > T_{tabel}$ sebesar $1,65993$ dengan angka signifikan $0,020 < \alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh antara kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan (M) dan dianggap signifikan. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan diuji melalui hipotesis H_5 . Hasil pengujian menyatakan bahwa kualitas produk secara langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka nasabah akan semakin puas. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dikarenakan produk yang berkualitas akan dapat menambah keinginan konsumen untuk

membeli suatu produk sehingga dengan adanya keputusan nasabah melakukan pembelian maka kepuasan nasabah akan meningkat.²⁹

2. Penelitian yang dilakukan Mutmainnah dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah hasil analisisnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan. Analisis SEM menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,45 dengan p-value $0,01 < \alpha < 0,05$ berarti signifikan. Berdasarkan hasil analisis dapat diuraikan bahwa kualitas layanan yang prima dapat memberikan kepuasan nasabah, dimana kualitas layanan yang diberikan PD BPR Bahteramas Bombana, yaitu meliputi lokasi kantor yang strategis dekat dengan pusat perdagangan, sarana parkir yang terpisah dengan tempat parkir umum sehingga bisa memberikan rasa aman saat nasabah melakukan penyeteroran dan pengambilan uang tunai.³⁰
3. Penelitian yang dilakukan Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (*The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh dengan arah

²⁹ Sri Oktaviani, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening" (Disertasi, UIN Raden Fatah, Palembang, 2020), 118.

³⁰ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 10, no. 2 (September, 2017), 212.

positif terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi atau R square. Nilai R² sebesar 0,712 atau 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas dapat menerangkan perubahan pada variabel kepuasan nasabah sebesar 71,2% sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.³¹

Berikut ini merupakan tabel persamaan dan perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu:

Tabel 1.1
Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sri Oktaviani (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Melalui Kepuasan Sebagai	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X1 dan kualitas produk sebagai variabel X2	Pada penelitian Sri Oktaviani menggunakan variabel loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening. Respondennya adalah nasabah Bank, sedangkan

³¹ Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (*The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction*)", *Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2020): 37-139.

		Variabel Intervening		penulis menggunakan anggota Tabungan Mudharabah Berjagka. Tempat penelitian yang digunakan adalah Bank Syariah Mandiri, sedangkan penulis menggunakan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan
2.	Mutmainnah (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan sebagai variabel Y	Pada penelitian Mutaminnah menggunakan variabel citra perusahaan dan loyalitas nasabah sebagai variabel Y

		Loyalitas Nasabah		
3.	Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto (2020)	Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank <i>(The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction)</i>	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel X. Variable Y sama-sama menggunakan Kepuasan	Pada penelitian Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto respondennya adalah nasabah bank, sedangkan penelitian saya respondennya adalah anggota BMT