

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu lembaga yang merupakan bagian dari sistem ekonomi Islam adalah Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tentunya telah menjadikan syariat Islam dalam bidang muamalah sebagai landasan dalam menjalankan bisnis, usaha dan operasionalnya. Oleh sebab itu LKS tidak akan melakukan sesuatu yang dapat merugikan citra agama Islam, seperti tidak menggunakan hal-hal haram dalam membiayai usahanya, tidak menjalankan proyek yang menimbulkan kemudharatan terhadap orang banyak dan lain sebagainya.¹ Secara umum terdapat dua lembaga dalam pembagian lembaga keuangan syariah lembaga keuangan bank (bank syariah) dan lembaga bukan bank.

Lembaga Bank (bank umum syariah) adalah lembaga yang mengumpulkan dana secara langsung berupa simpanan sekaligus menyalurkan dana berupa pembiayaan, di mana sistem operasionalnya didasarkan pada aturan syariat. Pembentukan sistem ini didasarkan pada larangan yang ada dalam agama Islam yaitu larangan memberikan pinjaman dengan bunga (riba), serta larangan berinvestasi pada sesuatu yang haram.² Lembaga non bank

¹ Zulkifli Rusby, *Lembaga Keuangan Syariah* (Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2015), 2

² Tugi Anggraini, dkk, *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial* (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2015), 11.

sendiri merupakan LKS yang kegiatan transaksinya didasarkan kontrak tertentu, dimana regulasi lembaga non bank diatur oleh pemerintah. Lembaga syariah non bank tidak diperbolehkan melakukan kegiatan menarik dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan.³ Lembaga keuangan bukan bank terdiri dari Asuransi Syariah, Perusahaan Pembiayaan Syariah, Pegadaian Syariah, Dana Pensiun Syariah, Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), Pasar Modal Syariah, Badan Amil Zakat Lemabaga Wakaf.⁴

Di Indonesia sendiri, lembaga keuangan syariah yang berdiri pertama kali Pada tahun 1980 yaitu lembaga keuangan syariah non bank yang diberi nama Bait at Tamwil Salman. Lembaga Bait at Tamwil Salaman didirikan oleh beberapa mahasiswa dari Institut Teknologi Bandung (ITB).⁵ Pendirian Bait at Tamwil Salman menjadi pelopor berdirinya lembaga keuangan yang sejenis, sehingga lembaga keuangan syariah di Indonesia semakin berkembang.

BMT atau *Baitul Mal Wa Tamwil* merupakan lembaga keuangan mikro dimana dalam operasionalnya menggunakan prinsip bagi hasil. Dalam BMT terdiri atas dua kegiatan sekaligus yaitu kegiatan Baitul Mal sekaligus kegiatan Baitul Tanwil. *Baitul Mal* sendiri dalam BMT adalah badan yang kegiatan di dalamnya mengelola keuangan yang bersifat sosial tanpa berorientasi kegiatan pada keuntungan. Sedangkan *Baitul Tamwil* dalam BMT Badan yang kegiatannya di dalamnya mengumpulkan dana dan mendistribusikan dana masyarakat dan sifatnya berorientasi pada keuntungan. BMT bertujuan untuk

³ Afiqah Daniaty, "*Lembaga Keuangan Syariah Non Bank (Pegadaian Syariah dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah)*" (Bengkulu: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021), 12-1.3

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: CV. Pustaka Setua, 2012), 209, 245,275,297, 317, 343,375, 407.

⁵ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana 2010), 363.

menaikkan kualitas ekonomi dan terkhusus kesejahteraan setiap anggotanya sekaligus masyarakat pada umumnya. Masyarakat yang menjadi anggota BMT diharapkan bisa meningkatkan taraf dan kesejahteraan hidupnya.⁶ Regulasi pendirian BMT di Indonesia berada di bawah naungan Kementerian Koperasi dan UMKM. Sebagian besar BMT di Indonesia berbadan hukum koperasi dengan nama Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS).

Dilansir dari *Sharia Economics Forum* Universitas Gajah Madha, jumlah KSPPS BMT di Indonesia pada tahun 2021. Jumlah koperasi syariah di Indonesia sebanyak 2.253 dengan jumlah gerai sebanyak 150.223 tersebar di beberapa wilayah di Indonesia.⁷ Pertumbuhan yang cukup cepat ini karena KSPPS BMT mudah di terima oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat menengah kebawah. Banyaknya KSPPS BMT yang hadir, akan menimbulkan persaingan pasar antar perusahaan. Dalam persaingan pasar yang semakin banyak, selain terus beorientasi pada penambahan Anggota, KSPPS BMT juga harus berfokus kepada Anggota lama agar tetap loyal untuk terus menggunakan produknya.

Loyalitas Anggota menjadi salah satu pencapaian yang diinginkan oleh KSPPS BMT. Anggota yang loyal akan membantu eksistensi KSPPS BMT dalam jangka panjang. Anggota yang loyal akan cenderung terus menggunakan produk atau jasa, bahkan dalam beberapa fenomena mereka akan mengajak orang lain untuk bergabung pada perusahaan. Loyalitas sendiri adalah sikap atau

⁶Mashuri, "Peran Baitul Mall Wa Tamwil (BMT) Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat", *IQHTISADUNA-Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 5, No. 2, (2016):116.

⁷ Putri Nafisah Intani dan Rayka Anargaya Muhammad, "Ulik Potensi Koperasi Syariah, Mulai dari Rumah Tangga Sampai Ekonomi Negara," SEF FEB UGM, diakses dari <https://sef.feb.ugm.ac.id/ulik-potensi-koperasi-syariah-mulai-dari-rumah-tangga-sampai-ekonomi-negara/>, pada tanggal 6 Mei 2022 pada puku 21.57 WIB.

perilaku Anggota yang setia tidak hanya melakukan pembelian kembali saja di lain waktu, tapi juga memberikan kesan yang positif kepada perusahaan dengan cara merekomendasikan pembelian kepada orang lain.⁸ Anggota akan menjadi loyal ketika merasa puas terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan Anggota harus sangat diperhatikan terutama dalam perusahaan yang kegiatannya berhubungan dengan jasa seperti KSPPS BMT. Kepuasan Anggota merupakan pencapaian yang sangat diinginkan oleh perusahaan. Kepuasan Anggota menjadi faktor penting bagi keberlangsungan perusahaan dan dapat menjadi nilai tambah dalam kompetisi berbisnis. Anggota yang merasa puas dengan pelayanan yang diterima maka dikemudian hari anggota akan melakukan penggunaan kembali baik untuk mengkonsumsi kembali produk ataupun menggunakan jasa yang sama sehingga Anggota menjadi loyal.⁹ Maka dari itu sebuah KSPPS BMT harus melakukan beberapa upaya untuk mempertahankan eksistensi dan Loyalitas Anggota, agar Anggota tidak berpindah kepada KSPPS BMT lain. Cara yang pertama yaitu dengan menjaga citra perusahaan (*Corporate Image*) agar tetap dipandang positif oleh masyarakat.

Corporate Image atau yang bisa disebut dengan citra perusahaan merupakan persepsi umum tentang suatu organisasi atau reputasi perusahaan di hadapan umum, dimana citra perusahaan (*Corporate Image*) mewakili kesan keseluruhan perusahaan. Citra perusahaan (*Corporate Image*) dapat dikatakan sebagai persepsi umum, pengalaman, keyakinan, perasaan dan pengetahuan

⁸Windry Setyaning Warsito, "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya Cabang Dago Bandung" *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*. Vol. 2 No. 2, (2018): 228.

⁹Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 83.

terhadap sebuah perusahaan. Citra dari perusahaan berkaitan dengan identitas bisnis, arsitektur, ragam produk, budaya perusahaan dan ingatan pada kualitas komunikasi saat berinteraksi antara karyawan perusahaan dengan anggotanya.¹⁰ *Corporate Image* yang baik di depan umum tentunya akan membuat para Anggotanya loyal terhadap perusahaan. Untuk menambah nilai positif Anggota terhadap citra perusahaan salah satunya dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau bisa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan menghibahkan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan mutu kehidupan masyarakat secara keseluruhan dan menaikkan kualitas kehidupan angkatan kerja serta komunitas lokal.¹¹ Pada saat ini perusahaan menjadikan *Corporate Social Responsibility* sebagai strategi bisnis untuk menjaga atau meningkatkan daya saing dalam menjaga reputasi dan citra perusahaan.¹² Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* bisa memberikan dampak positif bagi operasional perusahaan dan menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang di masa depan. Oleh sebab itu *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu aspek yang bisa menjaga Loyalitas Anggota. Selain program *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas Anggota juga bisa dipertahankan

¹⁰ Onyeghala Obioma, "A Three Dimensional Model of Corporate Image Configuration: Lesson for Managers", *Saudi Journal of Economics and Finance*, Vol.3, No. 11, (2019):474.

¹¹ Ilona Veicenovie Oisina Situmeang, *Corporate Social Responsibility Dipandang dari Prespektif Komunikasi Organisasi* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 9-10.

¹² Lela Nurlaela Wati, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)* (Ponorogo: Myria Publisher, 2019), 20-21.

dengan memberikan mendengarkan dan mengatasi keluhan anggota dengan respon yang baik.

Dalam Operasionalnya KSPPS BMT pasti akan menghadapi keluhan dari Anggota, baik keluhan kekurangan pelayanan, kekurangan produk dan dari aspek aspek lainnya. Keluhan dapat diartikan sebagai segala bentuk ekspresi ketidakpuasan mengenai tindakan seseorang, atau tindakan yang tidak sesuai harapan.¹³ Keluhan dari Anggota merupakan satu hal yang tidak bisa dihindari oleh KSPPS BMT, apalagi KSPPS BMT merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana pelayanan menjadi hal utama bagi Anggota. Walaupun keluhan menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh KSPPS BMT, tetapi hal tersebut dapat menjadi pengaruh positif terhadap KSPPS BMT, jika keluhan tersebut dapat ditangani dengan baik oleh pihak KSPPS BMT.

Anggota yang mengeluh dapat menjadi setia jika suatu perusahaan dapat melakukan Penanganan Keluhan.¹⁴ Penanganan yang cepat dan tepat akan membuat Anggota merasa puas terhadap pelayanan, maka dari itu Penanganan Keluhan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh KSPPS BMT, agar Anggota tetap loyal dan tidak berpindah ke KSPPS BMT lain. Salah satu KSPPS BMT yang ada di Indonesia terkhusus di wilayah Jawa Timur yaitu KSPPS BMT Nuansa Ummat.

¹³Susi Indriyani dan Selvy Mardiana, "Pengaruh Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*) Terhadap Kepercayaan dan Komitmen Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung", *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol.4, No. 1, (Januari, 2016):4.

¹⁴ Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penagan Keluhan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)", *Jurnal Baabu Al-Ilmi Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 2, (2020):147.

KSPPS BMT NU Jawa Timur pada awal pendiriannya bernama BMT Majelis Wakil Cabang (MWC) Nahdlatul Ulama (NU). KSPPS BMT NU Jawa Timur merupakan bentuk sinergi MWC. Nahdlatul Ulama Gapura, berangkat dari keprihatinan terhadap praktik renternir yang semakin merajalela. Ketua lembaga perekonomian KSPPS BMT NU pada saat itu yang dipegang oleh Masyudi, memberikan ide untuk mendirikan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam. Pada awalnya gagasan dari Masyudi di tolak oleh Pengurus MWC NU Gapura dan peserta Lokakarya dikarenakan alasan trauma masalah dimana sering dibentuknya lembaga keuangan yang pada akhirnya disalah gunakan oleh oknum-oknum tertentu. Tetapi pada akhirnya gagasan tersebut disepakati oleh Pengurus MWC NU Gapura dan Peserta lokakarya, tepatnya pada tanggal 1 Juli 2004 ide dari Masyudi selaku ketua lembaga perekonomian, KSPPS BMT NU Jawa Timur terealisasikan dengan berdirinya usaha simpan pinjam dengan prinsip syariah dalam bentuk Koperasi BMT. Kantor pusat KSPPS BMT NU Jawa Timur terletak di Jl. Raya Gapura Desa Gapura Tengah Kec. Gapura Sumenep 69472. Pada saat ini KSPPS BMT NU Jawa Timur telah mendirikan beberapa Cabang yang hampir berdiri di seluruh wilayah di Jawa Timur, salah satunya di daerah Rubaru.

KSPPS BMT NU Cabang Rubaru merupakan lembaga keuangan syariah, di kabupaten Sumenep. KSPPS BMT NU Rubaru memiliki kode Cabang 03 dengan alamat di Jln. Raya Rubaru, Timur Pasar Rubaru, Desa Rubaru Kabupaten Sumenep 69456. KSPPS BMT NU Cabang rubaru didirikan bertepatan pada hari rabu tanggal 30 Mei 2012 dan merupakan Cabang ketiga

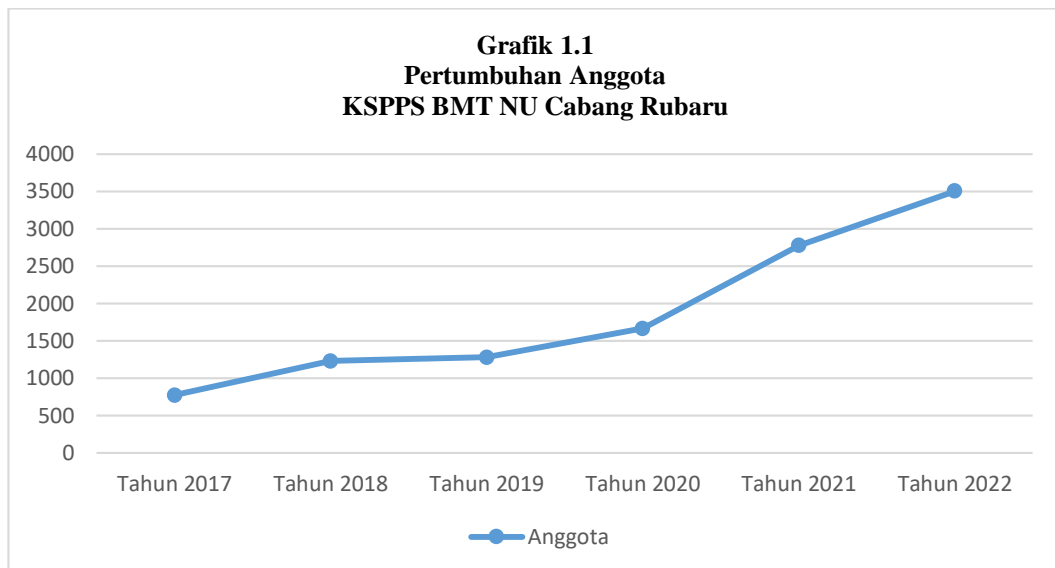
yang didirikan setelah Cabang Pragaan dan Cabang Batang-Batang. Hingga saat KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Rubaru terus menjaga eksistensi perusahaan yang memiliki *Corporate Image* yang positif.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru terus menajaga *Corporate Image* dengan memberikan pelayanan yang baik, hal ini dibuktikan dengan Penghargaan yang didapatkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru. Berdasarkan rekam jejaknya hingga tahun 2022 KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru telah mendapatkan penghargaan dari Kantor Pusat KSPPS BMT NU Jawa Timur, baik dari pengelolaan Cabangnya maupun sumber daya insani di dalamnya, berikut tabel daftar penghargaan yang diterima oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru:

Tabel 1.1
Tabel daftar Penghargaan
Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPPS)
BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru

No.	Tahun Penghargaan	Nama Penghargaan
1.	2021	Hamiyatun, S.Pd. I (Cabang Rubaru), sebagai kepala Cabang terbaik area kabupaten Sumenep
2.	2022	Kantor Cabang Terbaik Area Kabupaten Sumenep
3.	2022	Hamiyatun, S.Pd. I (Cabang Rubaru), sebagai kepala Cabang terbaik area kabupaten Sumenep
4.	2022	Ach. Zaini (Cabang Rubaru), sebagai juru tabungan terbaik area kabupaten Sumenep

Penghargaan yang diberikan kantor pusat kepada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru merupakan salah satu bukti pelayanan baik yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru. Selain penghargaan salah satu bukti pelayanan yang baik yaitu dengan adanya loyalitas anggota pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru. Loyalitas di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru dapat dibuktikan dengan pertumbuhan anggota yang semakin meningkat setiap tahunnya. Berikut data pertumbuhan Anggota KSPPS BMT NU Cabang Rubaru:



Sumber: Diolah dari buku materi RAT. Paripurna XIX (data diolah)

Berdasarkan grafik data jumlah nasabh di BMT NU Cabang Rubaru dalam periode 6 tahun tersebut mengalami kenaikan setiap tahunnya, pada tahun 2017 jumlah anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru sebanyak 770 orang, pada tahun 2018 berjumlah 1.229 orang, pada tahun 2019 berjumlah 1.276 orang, pada tahun 2020 berjumlah 1.662 orang, pada tahun

2021 berjumlah 2.775 orang, hingga pada tahun 2022 berjumlah sebanyak 3.503 orang.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Cabang Rubaru terus mengalami peningkatan Anggota setiap tahunnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan seluruh Anggota di setiap produk tanpa terkecuali. Oleh karena itu menarik untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan *Penanganan Keluhan* serta *Kepuasan Anggota* terhadap *Loyalitas Anggota*.

Berdasarkan fenomena yang dipaparkan di atas tentang KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru membuat peneliti tertarik untuk meneliti KSPPS BMT NU Cabang Rubaru dengan judul penelitian : **“Pengaruh *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan *Penanganan Keluhan*, terhadap *Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Cabang Rubaru* dengan *Kepuasan Anggota* Sebagai Variabel Intervening”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada maka yang telah di bahas di atas, maka rumusan masalah yang dapat dibuat sebagai berikut:

1. Bagaimana *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Penanganan Keluhan* mempengaruhi *Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru* secara parsial?
2. Bagaimana *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility*, *Penanganan Keluhan*, dan *Kepuasan Anggota* mempengaruhi

Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru secara parsial?

3. Bagaimana *Corporate Image* mempengaruhi Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru yang dimediasi oleh variabel Kepuasan Anggota?
4. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru yang dimediasi oleh Kepuasan Anggota?
5. Bagaimana Penanganan Keluhan mempengaruhi Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru yang dimediasi oleh Kepuasan Anggota?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru secara parsial.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru secara parsial.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru secara parsial.

4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh *Corporate Image* terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
5. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
6. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah sebuah pandangan dasar atau dugaan tentang suatu hal yang berkaitan dengan rumusan masalah yang telah disusun oleh peneliti yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Anggapan dasar tersebut berfungsi sebagai dasar berpikir dan bertindak dalam melakukan sebuah penelitian, untuk memperjelas variabel yang akan diteliti, dan menentukan serta merumuskan hipotesis.¹⁵ Adapun asumsi dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility*, dan Penanganan Keluhan yang baik mampu meningkatkan Kepuasan Anggota.

¹⁵Tim Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Rivisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 17-18.

2. *Corporate Image, Corporate Social Responsibility*, Penanganan Keluhan dan Kepuasan Anggota mampu meningkatkan Loyalitas Anggota.
3. *Corporate Image* yang positif dan sesuai dengan persepsi Anggota, kepedulian pada keadaan sosial melalui program *Corporate Social Responsibility* serta Penanganan Keluhan yang baik mampu memberikan kesan baik terhadap segala sesuatu yang diberikan oleh BMT, baik itu berupa produk maupun jasa sehingga akan menimbulkan Kepuasan bagi Anggota. Adanya Kepuasan yang dirasakan Anggota maka mampu untuk meningkatkan Loyalitas Anggota.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah respon sementara dari rumusan masalah yang telah dibuat dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis menjadi bagian terpenting dalam penelitian terkhusus dalam metode kuantitatif, karena hipotesis sebagai pedoman kerja dan petunjuk dalam melakukan penelitian. Masalah atau tujuan dari penelitian merupakan dasar dari penggunaan hipotesis.¹⁶ Penelitian ini bermaksud untuk menguji Pengaruh *Corporate Image, Corporate Social Responsibility*, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel *Intervening*, dari penelitian tersebut maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu:

¹⁶H. M. Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 109-114.

- H₁ : *Corporate Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru
- H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru
- H₃ : Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru
- H₄ : *Corporate Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- H₅ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- H₆ : Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- H₇ : Kepuasan Anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- H₈ : *Corporate Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- H₉ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru

H₁₀: Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.

F. Kegunaan Penelitian

Dalam bagian ini menerangkan manfaat atau urgensi dari penelitian, baik kegunaan dari ilmiah (teoritis) ataupun kegunaan sosial (praktis)¹⁷. Adapun kegunaan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis merupakan kegunaan dalam sisi ilmu pengetahuan atau ilmiah, kegunaan teoritis bertujuan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan.¹⁸ Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti serta menambah wawasan terkhusus mengenai *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel *Intervening*, dengan objek penelitian pada Anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.

¹⁷Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

¹⁸ Syafruddin Jamal, "Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian", *Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi*, Vol. III No. 5, (2012):154.

b. Bagi IAIN Madura

Bagi IAIN Madura dengan adanya penelitian ini bisa memberikan kontribusi terhadap perkembangan suatu khazanah keilmuan di IAIN Madura dan dapat dijadikan referensi yang bermanfaat bagi program studi perbankan syariah sebagai pedoman jika ingin melakukan penelitian yang sama.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dalam memahami dan mengetahui tentang pengaruh *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai variabel *intervening*, serta dapat dijadikan petunjuk untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dapat dipahami juga sebagai kegunaan sosial atau terpakai, kegunaan praktis sendiri merupakan kegunaan yang bertujuan supaya bisa melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, efektif dan efisien.¹⁹ Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini, yaitu:

a. Bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru dalam mengevaluasi dan menyempurnakan *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* dan Penanganan Keluhan agar memberikan Kepuasan pada Anggota sehingga Anggota yang merasa puas akan memiliki Loyalitas yang tinggi terhadap KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.

¹⁹ *Ibid*, 154.

b. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang lembaga keuangan syariah kepada masyarakat umum.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan bagian yang berisi tentang batasan variabel-variabel yang akan diteliti, populasi, subjek penelitian serta lokasi penelitian. Dalam ruang lingkup penelitian juga membahas penjabaran mengenai indikator dari setiap variabel dalam penelitian.²⁰ Berikut ini ruang lingkup dari penelitian ini, yaitu:

1. Ruang Lingkup Variabel Penelitian

Variabel adalah titik perhatian suatu penelitian atau objek dari sebuah penelitian.²¹ Terdapat 5 variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

a. Variabel Bebas (Variabel X)

Variabel bebas merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas menjadi sebab berubahnya variabel lain.²² Pada umumnya variabel bebas disimbolkan dengan huruf X. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu:

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

²¹ Winarno, *Metedologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmaeni* (Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang (UM PRESS), 2013), 26.

²² Syafrida Hafni Sahir, *Metedologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), 16.

1) *Corporate Image (X₁)*

Menurut Shirley Harrison dalam Mohammad Hamim Sultoni, terdapat empat elemen untuk mengukur Corporate Image sebuah perusahaan, yaitu:²³

- a) *Personality*
- b) *Reputation*
- c) *Value*
- d) *Corporate Identity*

2) *Corporate Social Responsibility (X₂)*

Dalam menentukan tingkat keberhasilan penerapan CSR dalam suatu perusahaan terdapat beberapa indikator yang ditetapkan oleh Global Reporting Initiative (GRI), yaitu:²⁴

- a) Dimensi Ekonomi
- b) Dimensi Lingkungan
- c) Dimensi Sosial

3) **Penanganan Keluhan (X₃)**

Menurut Schnaars dalam Romasyah Sahabuddin, terdapat empat indikator dalam Penanganan Keluhan yaitu:²⁵

- a) Kecepatan dalam penanganan Keluhan
- b) Kewajaran atau keadilan
- c) Empati
- d) Kemudahan bagi konsumen

²³Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)* (Pamekasan: Duta Creative, 2020), 34.

²⁴Lela Nurlaela Wati, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*, Lela Nurlaela Wati, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)* (Ponorogo: Myria Publisher, 2019), 22.

²⁵Romasyah Sahabuddin, *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Anggota pada Industri Perbankan* (Gowa: Pustaka Taman Ilmu, 2019), 72-73.

b. Variabel Terikat (Variabel Y)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas.²⁶ Adapun variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Anggota yang disimbolkan dengan variabel Y.

Menurut Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, terdapat variabel pengukur dalam untuk mengukur Loyalitas Anggota²⁷, yaitu:

- 1) Penggunaan Jasa Berulang
- 2) Penggunaan Jasa Lain
- 3) Merekomendasikan produk jasa kepada orang lain

c. Variabel *Intervening* (Variabel Z)

Variabel *intervening* digunakan dalam penelitian sebagai variabel yang menjelaskan penyebab atau signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel *intervening* dapat dipahami juga sebagai variabel yang mempengaruhi hubungan diantara variabel.²⁸ Adapun variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepuasan Anggota yang disimbolkan dengan variabel Z.

²⁶M. Ma'ruf Abdullah, S.H., M.M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2019), 192.

²⁷ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 216.

²⁸ Dedi Rianti Rahadi dan Muhammad Miftah Farid, *Monograf Analisis Variabel Moderating* (Bekasi: CV. Lentera Ilmu Mandiri, 2021), 5.

Menurut Handi Irawan dalam bukunya, terdapat 5 indikator untuk mengukur Kepuasan Anggota, yaitu:²⁹

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Faktor Emosional
- 4) Harga
- 5) Biaya

2. Ruang Lingkup Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru yang beralamat di Jl. Raya Rubaru, Timur Pasar Rubaru, Desa Rubaru Kabupaten Sumenep 69456.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan bagian yang menjelaskan tentang istilah-istilah yang berkaitan dengan konsep-konsep pokok dalam skripsi. Kriteria istilah yang mengandung konsep pokok adalah ketika istilah berkaitan kuat dengan variabel penelitian. Definisi istilah ada untuk menghindari perbedaan persepsi atau ketidakjelasan makna.³⁰ Adapun definisi istilah dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Corporate Image* atau citra perusahaan merupakan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan.

²⁹ Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSSA* (Jakarta: PT Elex media Komputindo, 2003), 22-23.

³⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

2. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan dan bahkan masyarakat secara luas hingga para pemangku kepentingan perusahaan.
3. Penanganan Keluhan merupakan strategi pelayanan yang digunakan perusahaan dalam menangani keluhan dari para pelanggan atau Anggotanya.
4. Loyalitas Anggota merupakan bentuk kesetiaan dari para Anggota terhadap perusahaan, dengan tetap menggunakan produk atau layanan jasa dari perusahaan dan bahkan merekomendasikan penggunaan terhadap orang lain.
5. Kepuasan Anggota merupakan bentuk respon Anggota terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan yang sesuai dengan harapan atau persepsi Anggota.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan bagian yang berisi hasil penelitian terdahulu yang berguna sebagai bahan pembeda dengan penelitian sebelumnya serta sebagai bahan analisis kerangka teoritik yang dibangun. Kajian penelitian terdahulu berfungsi sebagai penentu posisi penelitian (persamaan dan pembedanya) dengan penelitian terdahulu.³¹ Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh *Corporate Image*,

³¹Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

Corporate Social Responsibility dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ditta Nur Hidayati, Heni Noviarita dan Erike Anggraeni ³²	Analisis Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota pada PT. BPRS se-Provinsi Lampung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Terdapat pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota
2	Ahmad Faqihudin, Meinarnu Asnawi dan Bill J. C. Pagayow ³³	Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Corporate Image</i> dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1. Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Anggota. 2. <i>Corporate Image</i> / Citra Perbankan mempunyai pengaruh positif serta

³²Ditta Nur Hidayanti, dkk, "Analisis Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota pada PT. BPRS se-Provinsi Lampung" *Akusisi: Jurnal Akuntansi*, Vol. 16, No. 01, (April, 2020):5.

³³Ahmad Faqihudin, dkk, "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Corporate Image*, dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, Vol. 15, No. 2, (Mei, 2020):74.

			<p>signifikan terhadap Loyalitas Anggota.</p> <p>3. Kepuasan Anggota berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Anggota.</p>
3	Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno ³⁴	<p>Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Anggota. 2. Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota 3. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota. 4. Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota 5. Kepuasan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

³⁴Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno, "Pengaruh Kualitas dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus BPRS Cabang Salatiga) *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 3, (Oktober, 2020), 142.

			<p>6. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota.</p> <p>7. Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota.</p>
4	Fauzie Senoaji ³⁵	Hubungan Antara Tanggung Jawa Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota BSI Surabaya	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> secara uji individu memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota. 2. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota. 3. Variabel Citra Perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota.
5	M. Fakhri Roisul	Pengaruh <i>Corporate Social</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

³⁵Fauzie Senoaji, "Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota BSI Surabaya" *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 2, (September, 2021):172.

	Abror dan Rini Safitri ³⁶ (Jurnal)	<i>Responsibility</i> dan <i>Corporate Image</i> terhadap Loyalitas Anggota di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan	<p>1. Variabel <i>bebas Corporate Social Responsibility</i> secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen Loyalitas Anggota.</p> <p>2. Variabel bebas <i>Corporate Image</i> secara parsial mempunyai positif serta signifikan terhadap Loyalitas Anggota.</p>
--	---	---	--

1. Penelitian Ditta Nur Hidayanti, Heni Noviarita dan Erike Anggraen:³⁷

a. Perbedaan:

- 1) Dalam penelitian Ditta Nur Hidayanti dan kawan-kawan menggunakan seluruh BPRS di Provinsi Lampung. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti berfokus pada satu penelitian yang dilaksanakan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- 2) Perbedaan selanjutnya yaitu, dalam penelitian Ditta dan kawan-kawan hanya menggunakan 2 variabel dan tanpa variabel *intervening*. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel dengan menggunakan variabel *intervening*.

³⁶ M. Fakhri Roisul dan Rini Safitri, "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Image terhadap Loyalitas Anggota di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan", *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, Nomor 2, (November, 2022): 453.

³⁷Ditta Nur Hidayanti, dkk, "Analisis Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota pada PT. BPRS se-Provinsi Lampung" *Akusisi: Jurnal Akuntansi*, Vol. 16, No. 01, (April, 2020):5.

- 3) Perbedaan ketiga yaitu dalam penelitian Ditta dan kawan-kawan memakai teknik analisis liner sederhana. Sedangkan penelitian ini memakai teknik analisis linier berganda.

b. Persamaan:

- 1) Sama-sama menggunakan seluruh Anggota sebagai populasi
- 2) Selain itu sama-sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh Penanganan Keluahn terhadap Loyalitas Anggota, namun dalam penelitian ini cakupan variabelnya lebih luas dengan menambahkan 3 variabel yaitu *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility* serta Kepuasan Anggota.
- 3) Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif
- 4) Sama-sama memanfaatkan angket sebagai alat pengumpul data.

2. Penelitian Ahmad Faqihudin, Meinarnu Asnawi dan Bill J. C. Pagayow:³⁸

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilakukan Ahmad Faqihudin dan kawan-kawan dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang kota Jayapura. Sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.
- 2) Selain itu pada penelitian yang dilakuka Faqihudin dan kawan-kawan menggunakan 4 variabel dan tidak menggunakan variabel

³⁸Ahmad Faqihudin, dkk, "Pengaruh Peenrapan *Corporate Social Resposibilty* (CSR), *Corporate Image*, dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, Vol. 15, No. 2, (Mei, 2020):74.

intervening. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat 5 variabel dimana salah satunya merupakan variabel *intervening*.

b. Persamaan:

- 1) Dalam penelitian Ahmad Faqihudin dan penelitian ini sama-sama menggunakan seluruh Anggota yang bertransaksi sebagai populasi.
- 2) Selain itu sama-sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Image*, Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota, namun dalam penelitian ini menambahkan satu variabel yaitu penanganan Keluhan.
- 3) Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif
- 4) Sama-sama menggunakan angket sebagai alat pengumpul data.
- 5) Sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda.
- 6) Sama-sama menggunakan skala likert sebagai alat pengukur data.

3. Penelitian Endah Kurniyawati dan Fernaldi Ratno:³⁹

a. Perbedaan:

- 1) Dalam penelitian Endah Kurniyawati dan Fernaldi Ratno menggunakan BPRS Suriyah Cabang Salatiga sebagai tempat penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan KSPPS BMT NU Jawa Timur sebagai tempat penelitian.

³⁹Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno, "Pengaruh Kualitas dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Cabang Salatiga) *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 3, (Oktober, 2020), 142.

- 2) Dalam Penelitian Endah Kurniyawati dan Fernaldi Ratno menggunakan 4 variabel sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel.

b. Persamaan:

- 1) Sama-sama menggunakan seluruh Anggota sebagai populasi.
- 2) Selain itu sama-sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Anggota, namun pada penelitian ini menambah beberapa variabel yaitu, *Corporate Image, Corporate Social Responsibility*.
- 3) Sama-sama menggunakan variabel Kepuasan Anggota sebagai variabel *intervening*.
- 4) Sama-sama menggunakan metodologi penelitian kuantitatif
- 5) Sama-sama menggunakan teknik analisis linier berganda.
- 6) Sama sama menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

4. Penelitian Fauzi Senoaji:⁴⁰

a. Perbedaan:

- 1) Dalam penelitian yang dilakukan Fauzi Senoaji dilakukan di BSI Surabaya. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru sebagai tempat objek penelitian.

⁴⁰Fauzie Senoaji, "Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota BSI Surabaya" *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 2, (September, 2021):172.

- 2) Perbedaan kedua yaitu pada penelitian Fauzi menggunakan 4 variabel serta tanpa variabel *intervening*. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel dengan menggunakan variabel *intervening*.

b. Persamaan:

- 1) Sama-sama menggunakan seluruh Anggota sebagai populasi.
- 2) Selain itu sama-sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*), Citra Perusahaan (*Corporate Image*), terhadap Loyalitas Anggota, namun penelitian ini didalamnya menambahkan dua variabel yaitu Penanganan Keluhan dan Kepuasan sebagai variabel *intervening*.
- 3) Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif
- 4) Sama-sama memanfaatkan kuesioner alat pengumpul data.
- 5) Sama-sama menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.
- 6) Sama-sama menggunakan skala likert sebagai alat pengukur data.

5. Penelitian M. Fakhri Roisul Abror dan Rini Safitri:⁴¹

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilaksanakan M. Fakhri Rosiul Abror dan Rini Safitri dengan lokasi penelitian di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan. Sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Rubaru.

⁴¹M. Fakhri Roisul dan Rini Safitri, "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Image terhadap Loyalitas Anggota di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan", *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, Nomor 2, (November, 2022): 453.

- 2) Selain itu dalam penelitian M. Fakhri dan Rosiul Abror menggunakan tiga variabel yaitu variabel, *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Image*, dan Loyalitas Anggota. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima variabel yang terdiri dari *Corporate Image*, *Corporate Social Responsibility*, Penanganan Keluhan, Kepuasan Anggota, dan Loyalitas Anggota.

b. Persamaan:

- 1) Sama-sama menggunakan seluruh Anggota sebagai populasi.
- 2) Sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh *Corporate Image*, *corpotare Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota, namun pada penelitian ini lebih luas dengan menambah variabel Penanganan Keluhan dan Kepuasan Anggota sebagai variabel intervening.
- 3) Sama-sama mennggunakan metode penelitian kuantitatif.
- 4) Sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda.
- 5) Sama-sama menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.
- 6) Sama-sama menggunakan skala likert sebagai alat pengukur data