

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan kekuatan ekonomi berkembang utama dunia terbesar di Asia Tenggara dan terbesar ketiga di Asia setelah Cina dan India. Indonesia merupakan negara dengan ekonomi terbesar ke-16 dunia.¹ Salah satu instrumen yang dipandang berperan penting dalam mengurangi kemiskinan melalui penguatan usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat dan mendukung program pemulih ekonomi adalah keuangan syariah. Potensi keuangan syariah di Indonesia sangat besar, terbukti dengan meningkatnya indeks inklusi keuangan yang didukung oleh aset keuangan syariah. Indeks literasi ekonomi syariah mencapai 16,3% pada tahun 2019 dan naik menjadi 23,3% pada tahun 2022.²

Terdapat dua jenis lembaga keuangan syariah di Indonesia yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga perantara keuangan yang didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan, meminjamkan uang, dan menerbitkan surat promes.³ Lembaga keuangan non bank adalah semua yang bergerak dalam kegiatan sektor

¹ Nyoman Ayu Lestari Putri, *Modul Pendidikan Kewarganegaraan untuk Perguruan Tinggi* (Bandung: Nilacakra, 2021), 27.

² Haryo Limanseto, “Potensi Besar Ekonomi Berbasis Syariah Indonesia,” Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia diakses dari <https://www.eko.go.id/publikasi/detail/2943/potensi-besar-ekonomi-berbasis-syariah-indonesia> , pada tanggal 17 Oktober 2022 pukul 20.08 WIB.

³ Rahmat Akbar dan Irsyadi Zain, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 21.

keuangan yang menghimpun dana, baik langsung maupun tidak langsung, dengan menerbitkan surat berharga dan menyalurkannya kepada masyarakat terutama untuk membiayai usaha.⁴

LKM Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan non bank di Indonesia yang berkembang pesat ini. Berdasarkan UU No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM), LKM merupakan lembaga keuangan yang didirikan khusus untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pembiayaan dalam usaha skala mikro maupun pembiayaan kepada masyarakat pada umumnya dan anggota pada khususnya, pengelola simpanan, dan memberikan jasa konsultasi pengembangan bisnis yang bukan hanya mencari keuntungan semata.⁵

LKM memainkan peran penting dalam mendukung program pengetasan kemiskinan oleh pemerintah. LKM dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Salah satunya adalah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), sebuah LKM dengan prinsip syariah. *Baitul Maal Wat Tamwil* adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep *maal* dan *tamwil* menjadi satu kegiatan kelembagaan. Konsep *maal* lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infak dan shadaqah (ZIS) secara produktif. Di sisi lain, lahir konsep *tamwil*

⁴ Fatih Fuadi, *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank (Teori dan Aplikasi)* (Indramayu: Penerbit Adab, 2020), 23–24.

⁵ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah Refrensi untuk Akademisi dan Praktisi yang Mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia* (Bekasi: Gramata Publishing, 2016), 15.

untuk kegiatan bisnis yang produktif produktif dan murni untuk mencari keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro).⁶

Selama 15 tahun terakhir, BMT berkembang pesat bahkan berlipat. Jutaan orang telah terlayani oleh ribuan BMT yang ada. Membantu ratusan ribu usaha produktif untuk tumbuh atau setidaknya dapat mempertahankan eksistensinya.⁷ Menurut asosiasi BMT di seluruh Indonesia, jumlah BMT pada tahun 2015 sebanyak 4.500 unit dengan mengelola lebih dari Rp. 16 Triliun aset masyarakat dengan lebih dari 3,7 juta anggota yang dilayani. Sementara data di Kementerian Koperasi (Kemenkop) dan Usaha Kecil Menengah (UKM), di Indonesia jumlah unit usaha koperasi mencapai 150.223 unit usaha, dimana 1,5% merupakan koperasi yang berbadan hukum KSPPS/BMT.⁸

Semakin banyak jumlah lembaga keuangan, tentunya akan menyebabkan meningkatnya persaingan di industri keuangan yang ada di Indonesia. Lembaga keuangan akan berlomba–lomba memberikan yang terbaik untuk mendapatkan perhatian publik guna membangkitkan minat dan memutuskan untuk menjadi nasabah atau anggota pada lembaga keuangan tersebut. Untuk dapat menghadapi ketatnya persaingan di industri lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank saat ini, diperlukan strategi yang tepat untuk menarik perhatian publik untuk menjadi nasabah atau anggota. Dengan strategi yang tepat

⁶ Nourma Dewi, “Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Sistem Perekonomian Di Indonesia” *Jurnal Serambi Hukum* 11, No. 1 (1 Juli 2017): 96–97.

⁷ Fadillah Mursid, *Kebijakan Regulasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) di Indonesia* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 1.

⁸ Sony Hendra Permana dan Masyithah Aulia Adhiem, “Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah” *Jurnal Kajian* 24, No. 2 (30 September 2019): 109, <https://doi.org/10.22212/kajian.v24i2.1862>. <https://doi.org/10.22212/kajian.v24i2.1862>.

pula lembaga keuangan dapat membangun hubungan yang baik dengan nasabah hal ini nantinya akan membangun kepercayaan dengan yang tinggi dengan nasabah. Melalui kepercayaan yang terbangun antara lembaga keuangan dan nasabah, akan berdampak positif terhadap pembangunan bisnis yang dijalankan oleh suatu lembaga keuangan. Dengan kepercayaan yang terbangun antara nasabah dan lembaga keuangan, maka nasabah akan merasa yakin dan aman untuk menabung atau memberikan dananya kepada lembaga keuangan tersebut.⁹

Strategi ini dapat berupa layanan dan produk berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan publik sehingga publik tertarik untuk memilih lembaga keuangan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan sebuah persepsi dari masyarakat tentang apa yang mereka terima ketika atau setelah melakukan transaksi. Perlakuan baik atau buruk nantinya menjadi indikator terhadap nilai kepuasan sehingga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Dengan kualitas pelayanan yang baik bisa menciptakan kepuasan pelanggan dan dapat memberikan dampak positif bagi lembaga keuangan diantaranya terciptanya hubungan yang loyalitas antara lembaga keuangan dengan nasabah, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya promosi gratis dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi lembaga keuangan.¹⁰

Kualitas produk dalam dunia koperasi juga menjadi pertimbangan para anggota, produk berkualitas tinggi harus bisa diciptakan sesuai dengan kebutuhan

⁹ Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang” *Jurnal Pundi* 03, no 03 (November 2019): 229.

¹⁰ Syuhada’ dan Nuzulah Ana Fitria, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur” *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, No. 1 (Januari 2021): 92, <https://doi.org/10.52166/adilla.v4i1.2330>.

dan keinginan anggota. Ini dimaksudkan agar menarik bagi semua anggota, baik yang baru maupun yang lama. Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Dalam hal keandalan, daya tahan, kemudahan, ketepatan dan hal-hal yang lainnya.¹¹

Citra perusahaan, di sisi lain adalah sebuah kesan yang melekat pada konsumen setelah menggunakan barang dan jasa, baik kualitas dan pelayanan yang baik, atau reputasi perusahaan.¹² Melalui citra perusahaan dapat membantu publik dalam mengidentifikasi perbedaan kualitas perusahaan untuk menentukan pemilihan guna memenuhi kebutuhannya. Citra perusahaan yang positif dalam benak publik terhadap produk ataupun jasa dari perusahaan juga mempengaruhi pembelian.¹³

Salah satu kunci kesuksesan bagi sebagian perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Semakin baik suatu kualitas pelayanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin baik pula citra yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Selain itu, produk yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para anggota akan membuat anggota tertarik untuk menabung dan memilih produk tersebut. Lembaga keuangan yang memiliki predikat yang bagus di mata pelanggan hal ini akan berpengaruh

¹¹ Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy, dan Versiandika Yudha Pratama, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi” *Jurnal Valuasi* 2, No. 1 (Januari 2022): 143. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1>.

¹² Dyva Claretta dan Farikha Rachmawati, *Inovasi dan Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 62.

¹³ Agnita Yolanda, Nurismilida, dan Ruri Aditya Sari, *Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan* (Sumatera Utara: Cv. Cattleya Darmaya Fortuna, 2021), 16.

terhadap citra yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan. Semakin baik citra perusahaan yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan, maka akan semakin yakin atau percaya anggota untuk mempercayakan uangnya kepada lembaga keuangan tersebut.¹⁴ Dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan akan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih lembaga keuangan tersebut.

KSPPS BMT NU Jawa Timur merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah atau koperasi syariah yang ada di Jawa Timur yang berpusat di Jalan Raya Gapura Desa Gapura Tengah Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep Jawa Timur Indonesia 69472. Adanya keprihatinan dari Pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura terhadap masyarakat Sumenep terutama masyarakat Kecamatan Gapura, atas merajalelanya praktik rentenir dengan bunga yang sangat tinggi yaitu mencapai 50% perbulan. Hal ini menghambat atau bahkan mencekik usaha milik masyarakat Kecamatan Gapura sehingga sulit berkembang. Alasan inilah yang melatarbelakangi lahirnya BMT NU. KSPPS BMT NU Jawa Timur merupakan lembaga keuangan mikro yang mengalami perkembangan yang cukup pesat setiap tahunnya, saat ini memiliki 96 kantor cabang yang sebelumnya hanya 67 kantor cabang pada tahun 2021.¹⁵

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis adalah salah satu cabang dari KSPPS BMT NU Jawa Timur yang ada di Kabupaten Pamekasan yang sangat

¹⁴ Abiyoso, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan” *Jurnal Administrasi Bisnis* 50, No. 4 (September 2017): 65.

¹⁵ KSPPS BMT NU JAWA TIMUR, diakses dari <https://bmtnujatim.com> pada tanggal 24 Oktober 2022 pukul 08.00 WIB.

memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan sehingga menarik perhatian masyarakat untuk menjadi anggota dan menimbulkan keputusan menabung. Hal ini dibuktikan dengan beberapa kali penghargaan yang diperoleh oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis sebagai kantor cabang KSPPS BMT NU Jawa Timur dengan Tingkat Kepuasan Pelayanan Kepada Anggota dan Mitra Terbaik pada quartal 1 tahun 2022, Nominasi Pencapaian Target Terbaik pada tahun 2021, nominasi Penjemputan Tabungan Terbaik pada tahun 2021, dan beberapa penghargaan lainnya. Antar jemput tabungan dan pembiayaan atau jemput bola merupakan salah satu bentuk pelayanan yang dimiliki KSPPS BMT NU Jawa Timur. Dengan adanya pelayanan ini, memudahkan para anggota atau calon anggota untuk menabung atau semacamnya tanpa datang langsung ke kantor.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis juga beberapa tahun terakhir mendapatkan penghargaan atas dedikasi dan loyalitasnya dalam mengembangkan KSPPS BMT NU Jawa Timur mampu menjadi inspirasi cabang sebagai Nominasi Pencapaian Target Terbaik. Berikut gambar salah satu sertifikat penghargaan yang diperoleh oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis sebagai kantor cabang sebagai nominasi pencapaian target terbaik pada tahun 2021.

Gambar 1.1
Sertifikat KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Sebagai Kantor
Cabang Nominasi Pencapaian Target Terbaik



KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis seperti dengan LKM lainnya berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Produk tabungan atau fungsi menghimpun dari KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis salah satunya yaitu produk TABAH (Tabungan *Mudlarabah*) sebagai contoh kepedulian untuk mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil. Produk Tabungan *Mudlarabah* (TABAH) memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang cukup positif dari tahun ke tahun dan merupakan produk tabungan unggulan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis dengan jumlah penabung terbanyak¹⁶ Dibawah ini diagram jumlah

¹⁶ Titin, Pegawai di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis, *Wawancara Langsung*, (30 Agustus 2022)

anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis berdasarkan tabungan pada tahun 2021 sebagai berikut:

Gambar 1.2
Jumlah Anggota Pada Setiap Produk Tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Tahun 2021



Berdasarkan diagram diatas, terdapat beberapa produk tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis yakni Tabah, Siaga, Sidik Fathanah, Sabar, Sajadah, Sahara, Tarawi, dan Siberkah. Pada produk tabungan Siberkah, Tarawi, Sahara, Sajadah dan Sabar jumlah anggota dari masing–masing produk tabungan tersebut kurang dari 1000 anggota. Selain itu, terdapat produk tabungan Sidik Fathanah dengan jumlah anggota produk tabungan ini sekitar 2000-3000. Terdapat pula, tabungan Siaga dengan jumlah anggota produk tabungan tersebut sekitar 4000-5000. Dengan demikian, produk tabungan Tabah yang memiliki jumlah anggota tertinggi sekitar 6000-7000 anggota.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy, dan Versiandika Yudha Pratama dengan judul penelitian “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota” menghasilkan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung anggota koperasi sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung anggota koperasi.¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Imroatus Sholehah dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan” menghasilkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama–sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan Wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.¹⁸ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosmalia Igha Ayu Umayatus Shokiyah dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung” menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

¹⁷ Amalia Rizkulillah, Sista Devy, dan Yudha Pratama, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi,” *Jurnal Valuasi* 2, No.1 (Januari, 2022) 150.

¹⁸ Imroatus Sholehah, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021).

terhadap keputusan nasabah menabung sedangkan promosi dan citra perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.¹⁹

Berdasarkan adanya fenomena dan GAP atau ketidaksamaan hasil penelitian sebelumnya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung. Dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada Produk Tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?

¹⁹ Rosmalia Igha Ayu Umayatus Shokhiyah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung”* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, 2020).

3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan-anggapan dasar terhadap aspek-aspek fundamental dari substansi yang diteliti. Asumsi penelitian menjadi pembenaran atau persyaratan substantif terhadap layak tidaknya atau relevan tidaknya suatu kegiatan penelitian dilakukan terhadap substansi permasalahan tertentu. Artinya jika asumsi-asumsi yang diperlukan tidak terpenuhi maka penelitian terhadap substansi permasalahan yang akan dikaji menjadi tidak layak atau tidak relevan.²⁰

Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor yang dapat meningkatkan keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Semakin bagus citra perusahaan yang dimiliki maka akan semakin besar juga kemungkinan anggota untuk mengambil keputusan untuk menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari bahasa sanskerta yang terdiri dari kata *hypo* (kurang) dan *thesis* (pendapat). Jadi hipotesis adalah jawaban sementara atau pendapat atas suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya.²¹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

²⁰ Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 84.

²¹ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & mixed methode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 31.

Ha.1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

Ha.2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

Ha.3 : Citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

Ha.4 : Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk beberapa pihak antara lain:

1. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung pada produk tabungan pada lembaga keuangan non bank. Serta menjadi tambahan referensi pada mahasiswa khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, program studi Perbankan Syariah.

2. Bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan anggota menabung.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam menentukan prefensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Materi

Variabel yang difokuskan dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan citra perusahaan (X3), dan keputusan menabung (Y). Agar variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini tidak meluas, maka perlunya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

Ada dua variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Independent (Variabel X).

Variabel independent (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).²²

Variabel independent dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1).²³
 - a) *Responsiveness* (Ketanggapan).
 - b) *Reliability* (Keandalan).
 - c) *Emphaty* (Empati).
 - d) *Assurance* (Jaminan).
 - e) *Tangibles* (Bukti Langsung).
- 2) Kualitas Produk (X2).²⁴
 - a) *Performance* (Kinerja).
 - b) *Features* (Tampilan).
 - c) *Reliability* (Kehandalan).
 - d) *Conformance* (Kesesuaian).
 - e) *Durability* (Daya tahan).
 - f) *Service Ability* (Kemampuan layanan).

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019), 57.

²³ Rudy Haryanto dan Farid Firmansyah, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media, 2019), 30.

²⁴ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 22.

g) *Aesthetics* (Keindahan).

Adapun dimensi kualitas produk yang dijadikan sebagai indikator dalam penelitian ini dibatasi adalah *Performance*, *Features*, *Reliability*, dan *Conformance*. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilakukan pada lembaga keuangan non bank, dan indikator *Durability*, *Service Ability*, dan *Aesthetics* sudah tercakup dalam dimensi *Reliability* dan *Performance*.

3) Citra Perusahaan (X3).²⁵

a) *Personality*

b) *Reputation*

c) *Value*

d) *Corporate Identity*

b. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependent (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²⁶ Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu:

1) Keputusan Menabung (Y1).²⁷

a) *Attention* (Tahap menaruh perhatian).

b) *Interest* (Tahap keterkaitan).

c) *Desire* (Tahap berhasrat/berniat).

²⁵ Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 34.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 57.

²⁷ Karnadi dan Winny Lian Seventeen, "Pengaruh Periklanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce" *Jurnal Akuntansi Unihaz* 4, No. 1 (Desember 2021): 274, <https://doi.org/10.32663/jaz.v4i2.2451>.

d) *Action* (Tahap untuk memutuskan aksi beli).

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian dalam penelitian ini adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis beralamat di Jl. Raya Pamekasan Sumenep, Pandian, Ponteh, Galis, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69382.

H. Definisi Istilah

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah persepsi yang dihasilkan dari perbandingan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah persepsi terhadap kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan ataupun kegunaan yang ditawarkan untuk memuaskan atau keinginan masyarakat.

3. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah pandangan atau persepsi kepada suatu perusahaan secara global atau keseluruhan baik yang dinilai baik atau tidak oleh masyarakat.

4. Keputusan Menabung

Keputusan menabung adalah suatu tindakan anggota untuk memperoleh atau menentukan produk dan jasa sesuai dengan yang dibutuhkan.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai tolak ukur terhadap judul atau penelitian yang akan dibahas. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan tema “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada Produk Tabungan Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”, penulis mendapati beberapa tema yang hampir sama dengan yang penulis teliti diantaranya:

1. Ulfa Sakiyah

Pada tahun 2021 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabah di KSPPS Baitul Mal Wa Tamwil Nuansa Ummat Kantor Cabang Pakong Pamekasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dengan besar nilai t_{hitung} 11.422 lebih besar dari t_{tabel} 1,66 dengan taraf signifikan 0,000 kurang dari 0,05. *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dengan

besar nilai t_{hitung} 2.967 lebih besar dari t_{tabel} 1,66 dengan taraf signifikan 0,004 kurang dari 0,05. Kualitas produk dan *Personal Selling* secara simulutan berpengaruh terhadap keputusan anggota dengan nilai F_{hitung} 114.443 lebih besar dari F_{tabel} 3,11 dengan taraf signifikan 0,000 kurang dari 0,05.²⁸

2. Indah Yani

Pada tahun 2021 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Motivasi, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Lasisma Di BMT NU Cabang Lenteng. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan kolerasional. Anggota BMT NU Lenteng yang menggunakan produk pembiayaan Lasisma menjadi populasi dengan teknik *Insedential Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Motivasi (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (2,209.1,989) dan taraf sig (0,030) < 0,05 atau 3% < 5% . Variabel kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} (2,394) > t_{tabel} (1,989) dan taraf sig (0,019) < 0,05 atau 1,9% < 5% . Variabel promosi (X3 memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} (2,007) > t_{tabel} (1,989) dan taraf sig (0,048) < 0,05 atau 4,8% < 5%. Variabel motivasi (X1), kualitas produk (X2) dan Promosi (X3) berpengaruh positif secara simulutan terhadap keputusan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} (19,896 > 2,72)

²⁸ Ulfa Sakiyah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabah Di KSPPS Baitul Mal Wa Tamwil Nuansa Ummat Kantor Cabang Pakong Pamekasan" (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021).

dan taraf sig (0,000) 0,05. Adapun variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam penelitian ini adalah variabel motivasi (X1) dengan nilai β yaitu sebesar 0,332 atau 33,2%. Serta motivasi, kualitas produk dan promosi memberikan pengaruh sebesar 42,7% di dalam menjelaskan keputusan anggota memilih pembiayaan Lasisma di BMT NU Cabang Lenteng.²⁹

3. Nurul Imaniyah

Pada tahun 2021 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Iklan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS Nuri Jatim Cabang Sampang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian kausal dengan teknik analisis linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS Nuri Jatim Cabang Sampang yang berjumlah 500 anggota. Teknik *Accidental Sampling* digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung, dengan nilai $t_{hitung} 1,538 < t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan $0,128 > \alpha = 0,05$. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung, dengan nilai $t_{hitung} 1,382 < t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan $0,171 > \alpha = 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dengan nilai $t_{hitung} 2,240 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan $0,028 < \alpha = 0,05$. Iklan, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan

²⁹ Indah Yani, "Pengaruh Motivasi, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Lasisma Di BMT NU Cabang Lenteng" (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021).

terhadap keputusan menabung dengan nilai $F_{hitung} 4,759 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai signifikan sebesar $0,004 < \alpha = 0,05$.³⁰

4. Mia Yunita

Pada tahun 2018 dengan judul penelitian yaitu Analisis Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. 98 orang nasabah dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Adapun analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung dengan tingkat signifikan sebesar 0,177. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dengan tingkat signifikan 0,003 sedangkan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Secara simultan (bersama-sama) persepsi masyarakat citra perusahaan dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel pendapatan, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien pendapatan sebesar 0,989 yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya.³¹

³⁰ Nurul Imaniyah, "Pengaruh Iklan, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Sampang" (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021).

³¹ Mia Yunita, "Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)" (Skripsi, IAIN Salatiga, Semarang, 2018).

5. Widya Ayu Yogi Safi'i

Pada tahun 2018 dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menabung di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Metode kuantitatif asosiatif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran angket di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai teknik analisis dalam penelitian ini.

Penelitian ini menghasilkan, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Kemudian berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa citra perusahaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan nasabah dalam menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.³²

³² Widya Ayu Yogi Safi'i, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menabung di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung" (Skripsi, IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018).

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ulfa Sakiyah (2021)	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabah di KSPPS Baitul Mal Wa Tamwil Nuansa Ummat Kantor Cabang Pakong Pamekasan	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu kualitas pelayanan. b. Variabel dependent (Y) yang digunakan yaitu keputusan menabung. c. Produk yang diteliti yaitu Tabah.	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu <i>Personal Selling</i> . b. Tempat dan waktu pelaksanaan berbeda. c. Responden yang berbeda.
2	Indah Yani (2021)	Pengaruh Motivasi, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Lasisma di BMT NU Cabang Lenteng	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu kualitas produk. b. Variabel dependent yang digunakan (Y) yaitu keputusan anggota.	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu motivasi dan promosi. b. Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda. c. Responden yang berbeda.
3	Nurul Imaniyah (2021)	Pengaruh Iklan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu	a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu iklan

		Keputusan Menabung di KSPPS Nuri Jatim Cabang Sampang	<p>kualitas pelayanan.</p> <p>b. Variabel dependent (Y) yaitu keputusan menabung.</p>	<p>dan lokasi.</p> <p>b. Tempat dan waktu penelitian yang berbeda.</p> <p>c. Responden yang berbeda.</p>
4	Mia Yunita (2018)	Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)	<p>a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu citra perusahaan.</p> <p>b. Variabel dependent (Y) yang digunakan yaitu keputusan menabung.</p>	<p>a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu persepsi masyarakat dan pendapatan.</p> <p>b. Tempat dan waktu penelitian yang berbeda.</p> <p>c. Responden yang berbeda.</p>
5	Widya Ayu Yogi Safi'i (2018)	Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menabung di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.	<p>a. Variabel independent (X) yang digunakan yaitu citra perusahaan, kualitas produk dan citra perusahaan.</p> <p>b. Variabel dependent (Y) yang digunakan yaitu keputusan menabung.</p>	<p>a. Tempat dan waktu penelitian yang berbeda.</p> <p>b. Responden yang berbeda.</p>