

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem ekonomi Islam tidak terlepas dari lembaga keuangan. “Lembaga keuangan merupakan suatu identitas didalam sistem ekonomi dan merupakan instrumen yang menerapkan aturan-aturan dalam system ekonomi itu sendiri. Lembaga keuangan syariah (*syariah financial institution*) merupakan suatu badan usaha atau institusi yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan (*financial asset*) maupun non financial asset atau aset riil berlandaskan konsep syariah.”¹ “Lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kemasyarakat secara efektif dan efisien.”²

Manajemen pemasaran merupakan suatu aspek terpenting yang tidak bisa dipisahkan dari pertumbuhan lembaga keuangan syariah, dimana manajemen pemasaran menjadi acuan pertama untuk sistem operasional lembaga keuangan syariah dalam lingkup penjualan dan pemasaran produk ataupun jasa dari lembaga keuangan syariah tersebut.³ Untuk memastikan bahwa nasabah terinspirasi untuk menabung, bank harus menerapkan strategi yang sesuai dengan preferensi dan

¹ Rizki Dian Mensari and Ahmad Dzikra, “ISLAM DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH,” *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (March 2017): 246, <https://doi.org/10.29300/aij.v3i2.1577>.

² Abdul Haris Romdhoni, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136.

³ Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: pt grasindo, 2019).

kebutuhan mereka. Dengan kata lain, bank harus menawarkan layanan berkualitas tinggi. Memuaskan persyaratan pelanggan dan memberikan layanan yang akurat serta dapat memenuhi atau melebihi harapan mereka merupakan dua ciri kualitas layanan.⁴ Menurut Tjiptono “kualitas layanan adalah suatu hubungan yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang sesuai dengan harapan. Variabel kualitas pelayanan diukur berdasarkan tujuh indikator yang dibentuk dari lima dimensi kualitas layanan yaitu: *tangible*, *empaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance*. Wujud fisik (*Tangible*) dibentuk oleh: Fasilitas yang menarik, nyaman, rapi secara visual, teknologi yang maju untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Kepedulian (*Empaty*) dibentuk oleh: Memberikan perhatian kepada nasabah, dan Memahami kebutuhan nasabah. Daya tanggap (*Responsiveness*) dibentuk oleh: Bersedia membantu keluhan yang dilakukan nasabah. Keandalan (*Reliability*) dibentuk oleh: Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang di informasikan. Jaminan (*Assurance*) dibentuk oleh: Karyawan menumbuhkan rasa percaya diri.”⁵ Kepercayaan pelanggan pada bank dan produk mereka sering dipengaruhi oleh ketergantungan sistem layanan mereka. “Industri perbankan menyadari pentingnya mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan nasabah untuk keberhasilan usaha bank. Perbankan berlomba-lomba mengembangkan layanan yang unggul dan menunjukkan rasa hormat nasabah yang lebih besar.”⁶

⁴ Rizqa Ramadhani Tyas and Ari Setiawan, “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di BMT Sumber Mulia Tuntang,” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (Desember 2012): 280.

⁵ Khoirotn Nisa and Imam Sopingi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Marketing Dan Spiritual Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan,” *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 1, no. 1 (February 2020): 52–53.

⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 178.

Menurut Amstrong dan Kotler kualitas produk ialah “*The characteristics of a produk of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen”.⁷ Kualitas produk juga mengacu pada keunggulan produk perusahaan dalam hal kesesuaiannya dengan persyaratan atau preferensi pelanggan. Akibatnya, kemampuan perusahaan untuk menyediakan barang berkualitas tinggi yang memberikan pengalaman positif kepada pelanggan sangat penting untuk memenuhi harapan pelanggan atau tidak.⁸ Kualitas produk memiliki arti “kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, keandalan, waktu penggunaan dari produk, dan nilai-nilai yang lainnya. Salah satu tujuan penerapan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi keputusan pelanggan tentang cara menggunakan produk, sehingga memudahkan pelanggan untuk menggunakannya.”⁹ Berdasarkan uraian di atas berarti dengan adanya kualitas pelayan dan juga kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

Ujang Sumarwan mengartikan keputusan yaitu “sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk, baik itu kuantitas, kualitas, dan lain sebagainya, Indikator dari keputusan adalah pengenalan kebutuhan, pencarian

⁷ Rosnaini Daga and Citra, *Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global-RCI, 2017), 37.

⁸ Ismail Razak, N. Nirwanto, and B. Triatmanto, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7, no. 2 (Mei-Agustus 2019): 4.

⁹ Djunaedi, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Dan Kualitas Produk Terhadap, Citra Bank Dan Keputusan Menabung Di BNI Syariah Kota Kediri,” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 2 (September 2016): 106.

informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan keputusan pasca pembelian”.¹⁰

Secara umum dalam pengambilan keputusan, calon nasabah yang ingin mnabung pasti akan memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan mempertimbangan faktor-faktor yang lain. Pelanggan juga memperhatikan kualitas prodouk yang ditawarkan agar mendorong mereka untuk menggunakannya. Hasil perbankan mempengaruhi bagaimana bank dirasakan oleh pelanggan. Kualitas prodouk bank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakannya. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan kualitas jika ingin produknya menarik banyak calon nasabah.¹¹

Baitulmaal wattamwil (BMT) adalah “lembaga keuangan mikro islam yang pelaksanaanya berdasarka ajaran syariah islam. Lembaga ini menjalankan dua fungsi utama yang terdiri fungsi maal yaitu fugsi sosial dan fungsi tamwil yaitu fungsi bisnis dengan pendapatan keuntungannya melalui sistem bagi hasil. Kedua fungsi tersebut menjadi pembeda BMT dengan lembaga keuangan lainnya. Fungsi sosial yang dilakukan BMT adalah penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infaq, dan shadaqah. Sedangkan fungsi bisnis yang dijalankan BMT adalah pembiayaan untuk masyarakat sekitar BMT”.¹² Selain melayani masyarakat di bidang keuangan, *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) juga memberikan kemdahan bagi masyarakat di pedessaan untuk menggunakan jasa pengelolaan keuangan

¹⁰ Gusti Pelita Dewi, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Bengkulu” (PhD Thesis, IAIN Bengkulu, 2016).

¹¹ Farhana Aprilia Irfa'i, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri,” *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah*, 2016, 16.

¹² Rana Ayu Azizah and Noven Suprayogi, “Analisis Keoptimalan Fungsi Baitul Maal Pada Lembaga Keuangan Mikro Islam (Studi Kasus Pada BMT Nurul Jannah Di Gresik Dan BMT Muda Di Surabaya),” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 1, no. 12 (Desember, 2014): 848.

syari'ah. "Tujuan utama BMT adalah meningkatkan pemberdayaan ekonomi kalangan menengah ke bawah."¹³

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk yaitu di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Dyah Kusumawati, tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang". Penelitian ini menunjukkan hasil dimana "secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota, sedangkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan anggota."¹⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismail Razak tentang "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan". Penelitian ini menunjukkan bahwa "kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan."¹⁵ Dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rendy Zulfikar Dwianto, Haryono, Nurul Imamah, tentang "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik", menunjukkan bahwa "kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung

¹³ Abdul Haris Romdhoni and Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 137.

¹⁴ Dyah Kusumawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (Kspps) Bmt Nu Sejahtera Mijen Semarang," *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi* 3, no. 2 (2018): 54–57, <https://doi.org/https://doi.org/10.26877/ep.v3i2.3253>.

¹⁵ Razak, Nirwanto, and Triatmanto, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, 4."

nasabah.”¹⁶ Karena perbedaan temuan penelitian sebelumnya, perlu dilakukan penelitian ulang yang menghubungkan dampak kualitas produk dan kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada produk tabungan mudharabah di sebuah perusahaan, baik perusahaan financial atau perusahaan non financial. Salah satunya adalah BMT NU.

Salah satu lembaga keuangan yang lebih mapan di Indonesia khususnya di Camplong Kabupaten Sampang adalah KSPPS BMT NU yang merupakan KSPPS BMT NU pertama yang berdiri di Camplong. “*Baitul Mal wa Tamwil Nuansa Cabang Camplong Kabupaten Sampang berdiri dipertengahan tahun 2015 yang lalu, tepatnya pada tanggal 10 Juni 2015. Badan hukumnya berbentuk koperasi*”.¹⁷ Tabungan *Mudharabah* merupakan salah satu pilihan tabungan yang tersedia untuk masyarakat umum. Produk tabungan *mudharabah* adalah dana masyarakat atau dana pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan disetorkan serta disimpan di KSPPS BMT NU. Tabungan *Mudharabah* semata-mata merupakan sarana investasi sesuai syariah yang menawarkan bagi hasil yang menarik kepada anggota berdasarkan kontrak *mudharabah* dan memudahkan anggota untuk melakukan penyetoran dan penarikan tunai. Dilihat dari datanya produk BMT NU Cabang Camplong yang paling diminati adalah produk tabungan *mudharabah*, karena memudahkan anggota dari segi pengambilan/bisa diambil kapan saja.¹⁸ Nisbah bagi hasil untuk anggota/calon anggota sebesar 40 persen

¹⁶ Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono Haryono, and Nurul Imamah, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik,” *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1, no. 2 (2020): 55.

¹⁷ Erdynia Susanti, “Penyelesaian Permasalahan Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa Umat Cabang Camplong Kabupaten Sampang, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura” (Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 60.

¹⁸ Niswatun Niswatun, “Penerapan Sistem Bagi Hasil Pada Tabungan Mudharabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitulmaal Wattamwil (BMT) Nuansa Ummat

dan 60 persen untuk BMT NU, maka bagi hasil langsung dibukukan setiap bulan di rekening tabah. Rp 10.000 diperlukan sebagai setoran awal untuk membuka rekening, kemudian deposit minimal Rp 2.500,- saldo penarikan minimal Rp. 10.000, ditambah biaya pembukaan rekening Rp. 10.000.¹⁹ Perkembangan nasabah pada produk tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Camplong dari tahun ketahun semakin meningkat seperti tabel berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudarabah di KSP.P
BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang

Tahun	Nasabah
2018	696
2019	501
2020	697
2021	807
2022	854

Menurut uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti di BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang”

B. Rumusan Masalah

Berikut ini dapat diambil sebagai rumusan masalah mengingat pada konteks sebelumnya:

(NU) Cabang Camplong” (PhD Thesis, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA, 2021), 4.

¹⁹ Susanti, “Penyelesaian Permasalahan Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BaitulMaal Wat Tamwil Nuansa Umat Cabang Camplong Kabupaten Sampang, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, 65.”

1. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Mudharaba di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah “anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang sebenarnya sudah diterima oleh peneliti”.²⁰ Ketika sebuah studi sedang dilakukan, asumsi mutlak diperlukan bagi para peneliti untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang subjek yang sedang dihadapi. Dalam hal ini, beberapa peneliti berasumsi bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengetahuan, persepsi, motivasi, kepercayaan, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan personal selling. Namun pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan variabel lain yang tidak digunakan adalah pengetahuan, persepsi, motivasi, kepercayaan, promosi, dan personal selling yang dianggap konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah “pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris”.²¹ Hipotesis yang dapat dikembangkan pada penelitian ini adalah:

H₁ : Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,” *Pamekasan: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pamekasan*, 2015, 10.

²¹ Anak Agung Putu Agung, “Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: Universitas Brawijaya” (UB Press, 2012), 27.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.

H₃ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Mudarabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.

F. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini akan menghasilkan manfaat (nilai guna) yang akan memberikan dampak yang signifikan, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan secara teoritis

a. Bagi Peneliti

Ketika para peneliti membahas dampak kualitas produk dan layanan terhadap keputusan pelanggan untuk menabung, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan.

b. Bagi Akademisi

Selain membekali mahasiswa IAIN Madura, khususnya yang mengikuti program study Perbankan Syariah, dengan wawasan keilmuan. Diantisipasi bahwa temuan penelitian ini akan memicu ide-ide baru dan berfungsi sebagai sumber untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pelanggan untuk menabung.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi lembaga keuangan KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi KSPPS BMT NU Cabang Camplong Sampang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat menabung nasabah. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi evaluasi pemasaran produk-produknya.

b. Bagi Masyarakat

Temuan studi ini diharapkan akan memberikan informasi kepada masyarakat umum yang akan memungkinkan mereka untuk mengevaluasi dan memilih lembaga keuangan dan produk mana yang akan mereka gunakan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk lebih menyempurnakan kekurangan-kekurangan dari penelitian-penelitian sebelumnya dan diharapkan temuan penelitian ini bisa digunakan sebagai sumber informasi dan literatur terhadap penelitian selanjutnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Terdapat tiga faktor yang menjadi faktor review dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Minat Menabung Nasabah (Y). Peneliti membutuhkan pembatasan materi pelajaran yang akan dipelajari agar variabel tetap menjadi fokus utama dan tidak berkembang:

a. Kualitas Pelayanan (Variabel X1)

Variabel bebas/*independent* (X1) adalah kualitas pelayanan. “Indikator dari kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Jaminan (*Assurance*)
- 2) Keandalan (*Reability*)

- 3) Bukti Fisik (*Tangibles*)
- 4) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 5) Empati (*Empaty*)²²

b. Kualitas Produk (Variabel X2)

Kualitas produk termasuk pada variabel bebas/*independent* (X2). Adapun “indikator dari kualitas produk adalah sebagai berikut:

- 1) Tampilan (*Feature*)
- 2) Kinerja (*Performance*)
- 3) Daya Tahan (*Durability*)
- 4) Kualitas yang dipersepsikan (*Personal Cronfontation*)
- 5) Kesesuaian (*Conformance*)²³

c. Keputusan Menabung (Variabel Y)

Keputusan menabung termasuk pada variabel *dependent* (Y). Adapun “indikator dari keputusan menabung adalah sebagai berikut:

- 1) Evaluasi Alternatif
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Pengenalan Kebutuhan
- 4) Perilaku Pasca Menggunakan
- 5) Keputusan Menggunakan²⁴

²² Nasution Nur, *Manajemm Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)* (Bogor Selatan: PT. Ghalia Indonesia, 2005), 5.

²³ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 22.

²⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2003), 14.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Pada penelitian ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS BMT NU Cabang Camplong, tepatnya di “Jl. Raya Sampang di sebelah barat pasar Camplong, Desa Tambaan Kec. Camplong Kab. Sampang, Kode pos 69281, Telp: HP +6287850129990 SMS Center +6287850129990, e-mail website www.bmtnu13@yahoo.co.id.”

H. Definisi Istilah

Definisi istilah “diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kurang jelas makna”.²⁵ Berikut merupakan pemahaman dari rincian judul yang peneliti teliti:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah “suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.²⁶ Pelayanan adalah “setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.²⁷ Kualitas Pelayanan adalah “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”.²⁸

²⁵ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,” *Pamekasan: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pamekasan*, 2015, 19.

²⁶ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, “Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian,” (*Yogyakarta: Andi*, 2013), 99.

²⁷ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2001), 152.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 87.

2. Kualitas Produk

Menurut Amstrong dan Kotler kualitas prodouk adalah *“the ability of a product to perform is functions, it includes the product’s overrall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* artinya “kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk juga keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.²⁹

3. Keputusan Menabung Nasabah

Keputusan adalah “suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang secara sadar dan atas keinginan pribadi masing-masing. Nasabah adalah orang yang menjadi pelanggan (menabung, melakukan pembiayaan) di bank atau lembaga keuangan. Menabung adalah kegiatan mengamankan dana agar dana tidak mengalami pengurangan jumlah pokok”.³⁰ Keputusan menabung merupakan memilih atau memutuskan alternatif untuk menyimpan uang.

4. Tabungan Mudarabah

Tabungan mudharabah “merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad mudarabah mthlaqah. Bank syariah bertindak sebagai mudharib dan nasabah sebagai shahibul maal. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan mudarabah secara mutlak kepada mudharib (bank syariah) tidak ada batasan bank dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sector usaha dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah”.³¹

²⁹ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 21.

³⁰ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 432.

³¹ Ismail Malik, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011),89.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk menyediakan kerangka bagi peneliti untuk mempertimbangkan masalah yang diselidiki secara teoritis dan empiris dan untuk menemukan sejumlah penelitian yang sebanding dengan topik penelitian. Berikutnya adalah beberapa penyelidikan yang telah diarahkan oleh para ahli sebelumnya.

Tabel 1.2
Kajian Terdahulu

No.	Nama Penulis/ Tahun/Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Briana Junisahyanti Zebua dan Melkyory Andronicus / 2021 / “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Sumut.”	Analisis Regresi Linier Berganda.	“Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Sumut”. Selanjutnya menunjukkan “variabel Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Sumut. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Sumut. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Sumut”. ³²
2.	Rendy Zulfikar Diantoro, Haryono dan Nurul Imaah / 2020 / “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.”	Analisis Regresi Linier Berganda.	“Kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik”. “Kualitas produk tabungan, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.” ³³

³² Berliana Junisahyanti Zebua Zebua and Melkyory Andronicus, “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK SUMUT,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 3, no. 1 (2021): 68–78.

³³ Dwiantoro, Haryono, and Imamah, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik, 55-63.”

3.	Novita Himatul Ulya, Embun Duriyany Soemarso dan Moch. Abdul Kodir / 2020 / “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Pada Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang.”	Analisis Regresi Linier Berganda.	“Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang.” “Kualitas produk secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang.” ³⁴
4.	Listra Nataly / 2022 / “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Pt Bankmayapada Internasional Tbk Cabang Danau Sunter.”	Analisis Regresi Linier Berganda.	“Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.” “Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Menabung.” ³⁵
5.	Caya Amalia Rizkulillah, Hapy Sista Devy dan Versiandika Yuda Pratama / 2022 / “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi.”	Analisis Regresi Linier Berganda.	“Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di KSPPS SM NU. Variable kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di KSPPS SM NU. Variable citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di KSPPS SM NU. Variable promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di KSPPS SM NU.” “Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan dan promosi berpengaruh terhadap minat menabung di KSPPS SM NU Cabang Bojong.” ³⁶
6.	Abd. Waris / 2022 / “Pengaruh Kualitas	Analisis regresi	“Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah

³⁴ Novita Himatul Ulya, Embun Duriyany Soemarso, and Moch Abdul Kodir, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. CABANG SEMARANG,” *KEUNIS* 8, no. 1 (December 5, 2020): 21–34, <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2132>.

³⁵ Listra Nataly and Allan Yuda Patria Lai Wie, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA PT BANK MAYAPADA INTERNASIONAL TBK CABANG DANAU SUNTER,” *Jurnal Bina Manajemen* 11, no. 1 (September 23, 2022): 313–27, <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i1.346>.

³⁶ Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy, and Versiandika Yudha Pratama, “KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, CITRA PERUSAHAAN DAN PROMOSI DALAM MEMPENGAARUHI MINAT MENABUNG ANGGOTA KOPERASI,” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (January 3, 2022): 138–51, <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.79>.

	Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan”.	linier berganda	pada produk tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabungnasabah pada produk tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.” “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabungnasabah pada produk tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.” ³⁷
--	---	-----------------	--

Sumber: Data diolah, 2023

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya,

1. Penelitian yang dilakukan oleh Berliana Juniscahyanti Zebua dan Melkyory Andronicus, pada tahun 2021 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dan juga sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen (X) Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono dan Nurul Imamah, pada tahun 2020 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X) Kualitas Produk, (X2) kualitas pelayanan dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen (X3) Kepercayaan, sedangkan pada penelitian ini

³⁷ Abd Waris, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Mena bung Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan” (diploma, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA, 2022), https://doi.org/10/Abd.%20Waris_18383021002_BAB%20V_PBS.pdf.

menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk saja.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Novita Himatul Ulya, Embun Duriyany Soemarso dan Moch. Abdul Kodir pada tahun 2020 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X1) Kualitas Produk (X2) kualitas pelayanan dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen (X3) Kepercayaan, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk saja.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Listra Nataly, pada tahun 2022 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X1) Kualitas Produk (X2) kualitas pelayanan dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen (X3) Kepercayaan, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk saja. Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy dan Versiandika Yudha Pratama
5. Penelitian yang dilakukan oleh Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy dan Versiandika Yudha Pratama, pada tahun 2022 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X1) kualitas pelayanan, (X2) Kualitas

Produk dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen (X3) Citra perusahaan dan (X4) Promosi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen (X) Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk saja.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Abd. Waris, pada tahun 2022 memiliki persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen (X1) Kualitas Produk (X2) kualitas pelayanan dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan Menabung. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan objeknya pada tabungan Barokah, sedangkan penelitian ini fokusnya pada tabungan Mudharabah.