

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan memberikan nilai positif berupa motivasi khusus bagi para anggota untuk bekerjasama agar saling menguntungkan dalam ikatan jangka panjang dengan perusahaan. Mengutip dari Gronross Fan juga lainnya, kualitas dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana nasabah membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.¹ Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting yang harus diperhatikan dan dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh nasabah. Pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Karena semakin tinggi kepuasan para anggota, artinya semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada anggota. Dalam upaya mewujudkan kualitas pelayanan yang bermutu terhadap nasabah, perlu memperhatikan standar layanan yang diharapkan anggota dan standar yang diberikan pesaing sebagai pembanding serta standar layanan yang dikomunikasikan kepada anggota. Dikelolanya layanan nasabah yang baik dapat berdampak pada citra yang baik bagi koperasi.

¹ Farid Firmansyah and Rudy Haryanto, 'Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan' (Duta Media Publishing, 2019).

Kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan citra perusahaan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dukungan kepada anggota untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.² Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota dan sangat penting untuk kepuasan nasabah untuk merealisasikan konsep yang berorientasi pada nasabah. Jika kinerja perusahaan memenuhi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sehingga dapat dilihat ketika kualitas pelayanan itu tinggi maka kepuasan nasabah akan tinggi.

Citra (*image*) tidak dapat diciptakan layaknya menciptakan suatu barang atau jasa, tetapi citra terbentuk melalui suatu proses dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Citra perusahaan (*corporate image*) dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak pelanggan tentang perusahaan.³

Citra perusahaan merupakan hasil persepsi mengenai sekumpulan orang yang membentuk suatu organisasi dan yang menyediakan pelayanan, dimana persepsi ini dapat mempengaruhi evaluasi mengenai kualitas pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiap perusahaan, secara sadar maupun tidak, pasti mempunyai sebuah citra di masyarakat. Citra itu dapat berperingkat baik, sedang, maupun buruk. Dampak peringkat citra yang berbeda antar perusahaan dalam suatu industri ikut mempengaruhi keberhasilan mereka dalam kegiatan bisnis

² Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Prenada Media, 2017), p. 194.

³ Elza Finnora and Ismail Razak, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5.2 (2017), p. 72.

dan pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan persepsi konsumen terhadap citra perusahaan dapat memberi pengaruh pada kecenderungan perilaku konsumen.

Citra perusahaan tidak dapat direkayasa. Untuk itu, perusahaan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang perusahaan yang diharapkan, sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif.⁴

Dalam menciptakan kepuasan anggota perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan maupun citra perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan pengaruh dari kepuasan anggota. Kepuasan anggota memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan perusahaan untuk terus bertahan, bersaing dan menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata anggota. Kepuasan akan mendorong anggota untuk membeli atau memakai ulang produk atau jasa. Sebaliknya, jika kecewa anggota tidak akan membeli atau memakai produk tersebut.

Secara umum Kepuasan anggota merupakan harapan atau perasaan seseorang atas suatu pembelian barang atau jasa. Maksudnya yang diharapkan oleh anggota itu sesuai dengan kenyataannya. Jika merasa puas dengan nilai yang diberikan, maka sangat besar kemungkinan akan menjadi anggota dalam waktu yang lama.⁵ Kepuasan anggota menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa, dimana kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada anggotanya.

⁴ Agustina Massora and Indah Widyanti, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta', *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 9.1 (2021), p. 57.

⁵ Kasmir, 'Customer Services Excellent', *Depok: Raja Grafindo Persada*, 2017, p. 38.

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara masyarakat yang memiliki kelebihan dana dengan masyarakat yang memiliki kekurangan dana yang dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Keuntungan yang diberikan kepada anggota penyimpan itu benar berasal dari keuntungan bagi hasil yang dilakukan oleh kedua belah pihak tersebut. Fungsi lembaga keuangan islam secara umum adalah mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi suatu masyarakat dengan melakukan kegiatan, finansial, komersial, dan investasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.⁶

Masyarakat Indonesia yang mayoritas islam mulai berminat terhadap lembaga keuangan yang berprinsip syari'ah, salah satu lembaga yang menggunakan prinsip syari'ah yaitu KSPPS BMT NU Jatim yang merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang fungsinya menjalankan menghimpun dana maupun pembiayaan dan menyalurkannya kepada masyarakat.

Istilah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) belum banyak dikenal oleh masyarakat. Masyarakat lebih mengenal BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) dari pada KSPPS. KSPPS merupakan koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk pengelola zakat, infaq/sedekah dan wakaf.⁷ Kegiatan usaha yang dimiliki oleh KSPPS yaitu menghimpun dana dari anggota dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan syariah.⁸ *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga

⁶ Lukman Hakim, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam' (Jakarta: Erlangga, 2012), p. 96.

⁷ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah* (Deepublish, 2018), p. 78.

⁸ Bhinadi, p. 153.

keuangan mikro yang dilaksanakan dengan sistem prinsip bagi hasil, dan juga dapat mengembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, yang ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat sekitar yang berlandaskan pada sistem ekonomi yang *salaam* yaitu keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan. Jadi, BMT ialah balai usaha mandiri terpadu yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan perekonomiannya. Selain itu BMT NU bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah yang disalurkan sesuai dengan aturan yang sudah berlaku.⁹

Suatu perusahaan khususnya BMT NU harus bisa beradaptasi dan bersaing. Apabila perusahaan tidak mampu untuk bersaing dan beradaptasi maka akan menyebabkan perusahaan akan mengalami penurunan dari segi penjualan, kualitas dan bahkan jauh pada penurunan profit yang akan diperoleh. Jadi dari hal itu pihak karyawan KSPPS BMT NU Jatim Cabang camplong Sampang harus lebih meningkatkan kepuasan anggotanya khususnya dalam bidang penghimpunan dana, karena jika anggota tidak puas maka mereka akan meninggalkan koperasi.¹⁰ Kualitas biasanya berkaitan dengan manfaat atau kegunaan serta fungsi dari pelayanan dan citra. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota yaitu

⁹ Nur Rianto Al Arif, 'Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis' (Pustaka Setia, 2012), p. 187.

¹⁰ Hendra Afandi, Janer Simarmata, et al. *Manajemen Koperasi*, (t.t: Yayasan Kita Menulis, 202), p. 93.

kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sehingga kualitas pelayanan dan citra perusahaan merupakan prioritas utama dalam sebuah koperasi.

Produk-produk yang ada di BMT NU bermacam-macam yang disediakan untuk masyarakat, seperti penghimpunan dana, pinjaman atau pembiayaan. Produk-produk yang berbasis syariah memiliki ciri-ciri seperti tidak mengandung bunga dalam berbagai bentuk karena itu merupakan riba, selain itu penetapan uang sebagai alat tukar juga bukan sebagai produk yang diperdagangkan. Mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU yang terkait dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan anggota pengguna tabungan yaitu dengan melakukan pelayanan secara cepat, mudah, tanggap dan tidak sulit seperti melakukan pelayanan dalam menjemput tabungan dimana anggota tidak perlu repot keluar rumah karena sudah ada pihak BMT NU yang langsung menjemput tabungannya kerumah anggota sehingga anggota merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak BMT NU. Dan untuk salah satu produk tabungan syariah yang ada di BMT NU yaitu TABAH atau Tabungan *Mudharabah*.¹¹

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan serta implikasi terhadap loyalitas pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil, di peroleh koefisien jalur variabel (Beta)

¹¹ Imam Nawawi, Karyawan KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang *Wawancara Langsung* (2 November 2023).

kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,333 dengan signifikansi 0,000.¹²

Dalam penelitian lain oleh Dedek Kurniawan tentang Analisis kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah BRI Syari'ah kantor Cabang Mojokerto menunjukkan ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk tabungan faedah dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah bri syari'ah kantor cabang mojokerto yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 8,936 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.¹³

Dalam penelitian lain tentang Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syari'ah cabang Makassar oleh Resita Cahyani menunjukkan ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena nilai t lebih kecil dari pada t tabel yakni sebesar 1,65630 dan nilai sig lebih besar dari 0,05.¹⁴

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas bahwa ada pengaruh signifikan bersama-sama antara pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota tetapi ada juga yang tidak berpengaruh secara signifikan yaitu

¹² Nur Khofifah, 'PENGARUH KUALITAS PRODUK DEPOSITO DAN LAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus PT Bank BCA Syariah ULS Puri Indah)' (UNUSIA, 2023).

¹³ Dedek Kurniawan, 'Analisis Kualitas Produk Tabungan Faedah Dan Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syari'ah Kantor Cabang Mojokerto', *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, Surabaya*, 2019. 95

¹⁴ Resita Cahyani, '„Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Cabang Makassar“', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 29 (2020).65

pelayanan terhadap kepuasan anggota, sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong secara parsial?
2. Apakah pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong secara parsial?
3. Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Camplong.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Camplong.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Camplong.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁵ Penelitian dengan variabel kepuasan anggota di pengaruhi oleh Kualitas Pelayanan¹⁶, Citra

¹⁵ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Press, 2020), p. 10.

¹⁶ Desy, Sri, and Kety; Lira Arlia Meilani; Ni Putu Eka Wahyu Utami 'Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan dan Kualitas Playanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha Wahyu Artha Sedana Gianyar', *Jurnal Widya Amrita*, p. 139; Astri Ocktora Sinaga, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemampuan Manajerial Pengurus, Motivasi Anggota dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Wahana Artha Nugraha', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, p. 11; Dyah Kusumawati 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3.2, p. 59.

Perusahaan¹⁷, Kepercayaan¹⁸, Kemampuan Manajerial Pengurus¹⁹, Motivasi Anggota²⁰, Kualitas Produk²¹. Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan. Sedangkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan adalah Kepercayaan, Kemampuan Manajerial Pengurus, Motivasi Anggota, dan Kualitas Produk dimana nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih diuji secara empiris.²² Hipotesis adalah jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Adapun hipotesis penelitian ini yaitu:

- H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.
- H₂: Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.
- H₃: Kualitas pelayanan dan Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.

¹⁷ Desy, Sri, and Kety; Lira Arlia Melani; Ismalia Safitri.

¹⁸ Ni Putu Eka Wahyu Utami.

¹⁹ Astri Ocktora Sinaga.

²⁰ Sinaga.

²¹ Dyah Kusumawati.

²² Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, p. 18.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah adalah kegunaan dalam bidang ilmu pengetahuan atau ilmiah, kegunaan teoritis sendiri bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan.²³

a. Bagi peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti serta menambah wawasan terkhusus mengenai Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong, dengan objek penelitian pada anggota KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Camplong.

b. Bagi IAIN Madura

Bagi IAIN Madura dengan hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap perkembangan suatu ilmu pengetahuan di IAIN Madura dan dapat dijadikan referensi yang bermanfaat bagi program studi perbankan syariah sebagai pedoman jika ingin melakukan penelitian yang sama.

c. Bagi BMT NU

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan jumlah anggotanya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki citranya di masyarakat.

²³ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, p. 19.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dalam memahami dan mengetahui tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong, serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan penelitian selanjutnya.

G. Ruang lingkup penelitian

Ruang lingkup penelitian digunakan untuk membatasi variabel, populasi, dan lokasi penelitian yang akan diteliti, didalamnya dipaparkan mengenai penjabaran variabel menjadi subvariabel beserta indikator-indikator.²⁴

1. Ruang Lingkup Materi

Dalam penelitian ini ada tiga faktor yang menjadi kajian, yaitu terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Kepuasan Anggota (Y). Adanya batasan agar variabel tetap dalam satu pembahasan. Seperti berikut:

a. Indikator Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) Berwujud (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Daya Tanggap (*Responsiviness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*Emphaty*)²⁵

²⁴ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, p. 11.

²⁵ Indrasari Meithiana, 'Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan' (Surabaya, Unitomo Press, 2019), p. 82.

b. Indikator Citra Perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Kepribadian (*personality*)
- 2) Reputasi (*Reputation*)
- 3) Nilai (*Value*)
- 4) Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*)²⁶

c. Indikator Kepuasan Anggota adalah sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harapan.
- 2) Minat berkunjung kembali.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan.²⁷

2. Ruang Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan menjadi objek penelitian ini adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong yang beralamat di Jl. Rajawali II, Petani Barat, Tambaan, Camplong, Kabupaten Sampang, Jawa Timur 69281.

H. Definisi istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalah pahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul proposal skripsi ini, yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong”, yaitu sebagai berikut:

²⁶ Andra Miranthen and Idris, ‘Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)’ (Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2017), p. 180.

²⁷ Meithiana, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (unitomo press, 2019), p. 48.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan oleh perorangan ataupun organisasi kepada anggota yang menimbulkan timbal balik yang berdampak positif atau negatif ataupun yang berwujud atau tidak berwujud untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi anggota²⁸

2. Citra Perusahaan

Citra Perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.²⁹

3. Kepuasan Anggota

Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan³⁰

4. Tabungan Mudharabah

Tabungan *Mudharabah* yaitu suatu produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Camplong kepada para nasabah atau anggotanya. Tabungan *Mudharabah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah* yang mana bank bertindak sebagai pengelola dana dan nasabah atau anggota bertindak sebagai pemilik dana.³¹

²⁸ Laksana Fajar, 'Manajemen Pemasaran', *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 2008, p. 50.

²⁹ Danang Primadona, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Tabungan Negara Kantor Kas Mastrip Kota Madiun', *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 4.1 (2016), p. 57.

³⁰ Indrasari, p. 55.

³¹ Adiwarmanto A Karim, 'Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan', 2011, p. 359.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Tujuan kajian penelitian terdahulu yaitu untuk memberikan kerangka kajian empiris dan kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk penulis menemukan beberapa penelitian yang serupa dengan tema penelitian yang diangkat. Dalam penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yaitu:

1. Dessy Handa Sari, Sri Ningsih, Kety Lulu Agustin (2023), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian (persero) UPC Pasar Beton”, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang di gunakan pada penelitian ini yaitu dengna membagikan kuesioner (angket). Data sekunder yang di dapatkan dan di gunakan oleh peneliti adalah data jumlah nasabah tahun 2019-2021 pada PT Pegadaian persero UPC pasar beton. Berdasarkan hasil pengujian di tabel 1, dapat di ketahui bahwa hubungan antar antar item terhadap variabel X1, X2 dan Y di katakana valid Karena nilai r hitung > di banding r table berdasarkan uji signifikan 0,05.³²
2. Selvy Normalasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan” penelitian ini menggunakan metode skala *likert* dengan empat pilihan jawaban. Jumlah sampel 112 orang responden. Tehnik pengambilan sampel yang di gunakan adalah

³² Dessy Handa Sari, Sri Ningsih, and Kety Lulu Agustin, ‘PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH’, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7.1 (2023), p. 782.

Accidental Sampling. Pengumpulan data di lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada tamu pelanggan Hotel Pelangi Malang. Hasil analisis data deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 112 responden yang berjenis kelamin pria sebesar 54,46% dan berjenis kelamin wanita sebesar 45,53%. Responden terbanyak pada usia 27 sampai 31 tahun sebagai pegawai swasta dengan jenjang pendidikan S1. Pendapatan responden yang menunjukkan paling banyak berkisar Rp. 1.300.000 sampai dengan Rp. 3.150.000³³

3. Lira Arlia Meilani (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah” tehnik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam hal ini peneliti memberikan kusioner kepada nasabah PT. pegadaian (PERSERO) kantor cabang pasar kordon Bandung. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengujian data dengan dua cara yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kesungguhan jawaban responnden. Hasil atau kesimpulan penelitiannya yaitu:
 - a. Dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) kantor cabang pasar kordon Bandung.

³³ Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, and Andriani Kusumawati, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6.2 (2013), p. 98.

- b. Dapat dinyatakan bahwa variabel citra perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) kantor cabang pasar kordon Bandung.³⁴
4. Ni Nyoman Wati, Mirah Ayu Putri Trarintya, I Putu Putra Astawa (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 97 sampel. Data di kumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner dengan skala linkert. Hasil pengujian secara simultan membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD desa Adat Gawang, yang di dasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 60,032 yang menunjukkan arah positif, serta nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga di terima. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan LPD dan di dukung dengan citra LPD yang baik di mata konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.³⁵

³⁴ Meilani, p. 52.

³⁵ Ni Nyoman Wati and Mirah Ayu Putri Trarintya, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah’, *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3.5 (2023), p. 156.