

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Ekonomi Islam di Indonesia saat ini terus berkembang, hal ini di buktikan dengan bermunculnya lembaga-lembaga keuangan syariah di tengah-tengah masyarakat. Yang di maksud lembaga keuangan syariah (*syariah financial institution*) yaitu suatu badan usaha yang kekanyaanya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan (*financial asset*) maupun (*non financial assets*) atau aset riil berdasarkan konsep syariah.<sup>1</sup> Perekonomian di Indonesia menganut prinsip kebersamaan atau gotong-royong dengan cara saling membantu sama lain, perekonomian disusun sebagai usaha bersama bedasarkan asas kekeluargaan yaitu koperasi.

Koperasi berasal dari bahasa inggris yaitu *cooperation* yang berarti usaha bersama yang artinya Koperasi adalah suatu bentuk perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu, berdasarkan ketentuan dan tujuan tertentu dengan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Tujuan dari Koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota khususnya masyarakat serta ikut membangun tatana perekonimian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan panasila dan Undang-Undang Dasar 1945.<sup>2</sup> Sehingga keberadaan koperasi sangat berguna membantu perekonomian penduduk yang berpendapatan rendah. Selain

---

<sup>1</sup> Rizki Dian Mensari, Ahmad Dzikra, Islam dan Lembaga Keuangan Syariah, *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 3 No. 1, Maret, 2017, hal 246

<sup>2</sup> Mikhriani, Koperasi dan BMT, *Jurnal Dakwah*, Vol. XI, No. 1, 2017, hal 35

itu, keberadaan koperasi juga dapat mendukung sektor-sektor informal yang saat ini banyak digeluti oleh sebagian besar penduduk Indonesia.

Koperasi merupakan lembaga ekonomi yang bertujuan untuk kesejahteraan bersama. Khususnya koperasi syariah yang dibangun atas dasar prinsip ketuhanan, keadilan dan persaudaraan yang harus memiliki peran dan kepedulian yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan bagi anggotanya yang menjalankan usaha. Koperasi syariah ini berhimpun dengan tujuan mengataskan kemiskinan. Pelaku usaha mikro yang menjadi anggota koperasi adalah mereka yang tergolong ekonomi lemah, sehingga hanya mampu menjalankan usaha berskala mikro.<sup>3</sup> Koperasi syariah mempunyai prinsip kegiatan usahanya atau tujuannya berlandaskan kepada syariah islam yaitu Al-qur'an dan Hadist. Berdasarkan hal tersebut maka koperasi syariah tidak di perkenankan berusaha dalam bidang yang didalamnya mengandung unsur-unsur riba, maysir, gharar.

Di era yang sekarang seperti ini lembaga keuangan banyak berdiri di sekitar masyarakat. Peran lembaga keuangan syariah sangat berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, di mulai dari prinsip, asas, dan peran dalam pembangunan ekonominya bisa dikatakan berbeda dari lembaga keuangan konvensional. Bahkan menurut survey, lembaga keuangan syariah di indonesia merupakan lembaga yang paling banyak di dunia. Ekonomi syariah telah menempati tingkat internasional yang pada dasarnya telah ada sejak zaman Rasulullah SAW. Diantara transaksi-transaksi tersebut salah satunya yaitu, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) juga disebut dengan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS), menjadi salah satu lembaga yang memiliki peran

---

<sup>3</sup> Lindiawatie, Dhona Shareza, Peran Koperasi Syariah BMT Bumi Dalam Meningkatkan Kualitas Usaha Mikro, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Fikantropi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2018, hal 4

dalam pelaksanaannya berbasis syariah yang berlandaskan aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadist yang berguna bagi praktisi bisnis untuk memahami hak-hak dan kewajiban, agar terwujud watak dan perilaku aktivitas di bidang bisnis yang berkeadilan, wajar, sehat, dinamis (yang dijamin oleh kepastian hukum).

Secara etimologi Kata "*Baitul Maal Wa Tamwil*" berasal dari bahasa Arab yang berarti *Baitul Maal* rumah harta dan *Baitul Tamwil* rumah pembangunan harta". BMT memiliki pengertian dan dua bahasa yang berbeda. Pengertian dalam bahasa Indonesia, BMT merupakan singkatan dari Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu sebuah lembaga usaha ekonomi rakyat kecil yang di dalamnya beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang memiliki misi dalam membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dalam struktur masyarakat madani yang mengedepankan keadilan dalam kemakmuran orang-orang yang bersangkutan di dalam kegiatan. Adapun pengertian dalam bahasa Arab, BMT merupakan singkatan dari Baitul Maal Wat Tamwil yaitu, sebuah lembaga ekonomi yang perjalanannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan prinsip koperasi.<sup>4</sup>

Keberadaan BMT di tengah-tengah masyarakat saat ini memberikan angin yang sangat segar terutama bagi masyarakat yang berada di pedesaan. Mereka yang tidak terjangkau atau memiliki pengalaman pahit dengan perbankan akan mempertimbangkan menggunakan BMT. Adanya fungsi sosial diharapkan memberikan dampak positif bagi masyarakat agar tidak hanya berorientasi pada dunia saja namun juga akhirat.<sup>5</sup> BMT diharapkan menjadi sebuah lembaga

---

<sup>4</sup> Krisna Sudjana, Rizkison, Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2020, hal 186

<sup>5</sup>Shocrul Rohman Ajija dkk, *Koperasi BMT*, (Jawa Tengah: CV Inti Media Komunika, 2020), hal 12

pendukung kegiatan ekonomi bagi masyarakat kelas bawah, dengan sistem perekonomian BMT yang berbasis syariah, tentu BMT jauh berbeda dengan lembaga-lembaga konvensional yang lebih mengutamakan sistem bunga, yang jelas-jelas hukumnya haram dalam ekonomi islam karena hal tersebut dapat mengandung riba yaitu untung yang muncul tanpa adanya resiko akan bertindak, hasil usaha muncul tanpa adanya biaya dan hanya dengan berjalannya waktu.

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi demi kesejahteraan anggota pada khususnya masyarakat pada umumnya. Sehingga sistem perekonomian yang di anut pun menggunakan sistem syariah yang menjalankan bisnis berlandaskan pada prinsip bagi hasil dan jual beli yang bisa di sebut dengan *Musyarakah, Mudharabah, Bai'u Bitsaman Ajil, al-Qarduhul Hasan* dan lain-lain tanpa mengadakan sistem bunga atau riba sedikitpun.<sup>6</sup>

BMT berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat sebagaimana bank atau lembaga keuangan yang lain. *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) berdiri dengan gagasan fleksibilitas dalam menjangkau masyarakat kalangan bawah yaitu lembaga ekonomi rakyat kecil karena kebanyakan dari mereka adalah pedagang kecil yang tidak memanfaatkan fasilitas kredit dari bank konvensional yang sulit serta kelemahan yang dimiliki oleh pedagang kecil dan pengusaha kecil dalam manajemen, pemasaran dan jaminan yang merupakan faktor-faktor penting bagi penilaian bank.<sup>7</sup>

Dalam ilmu bisnis produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Sedangkan dalam ilmu marketing, Produk adalah apapun yang

---

<sup>6</sup> Krisna Sudjana, Rizkison, Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2020,186-187

<sup>7</sup> Isma Ilmi Hayati Ginting, Ilyada Sudrajat., Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) di kota Medan, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.2 No. 11, 2014, hal 672.

dapat di tawarkan ke pasar dan dapat memuaskan pelanggan.<sup>8</sup> berbicara tentang produk, maka aspek yang harus di perhatikan adalah kualitas produk. Kualitas penting artinya dan merupakan keunggulan yang kompetitif. Faktor yang sering digunakan saat mengevaluasi suatu produk, yaitu: Kinerja (*performance*), Keistimewaan tambahan (*features*), Keandalan (*reability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*corformance to specification*), Daya tahan (*durability*), Kegunaan (*serviceability*), Estetika (*aesthetic*), kualitas yang di persepsikan (*perceived quality*).<sup>9</sup> Produk yang berkualitas sangat penting dalam memperbaiki keinginan konsumen. Keinginan konsumen harus terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima dan menyukai suatu produk. Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk di BMT semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Jika peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh BMT, maka BMT tersebut akan dapat memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Hal itu akan membuat para konsumen terus menerus loyal terhadap BMT.

Seorang pemasar juga harus melakukan promosi untuk mengomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik. Ada beberapa jenis promosi yaitu: iklan, penjualan, promosi penjualan, publisitas, dan direct marketing.<sup>10</sup> Promosi merupakan suatu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran untuk memberitahukan kepada

---

<sup>8</sup> Muhammad Yusuf Saleh, Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Sah Media, 2019), hal 148.

<sup>9</sup>Afnina, Yulia Hastuti, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9, N0. 1, Januari 2018, hal 22.

<sup>10</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Mark (Planning & Strategy)*, CV Qiara Media, 2019, hal 260.

konsumen bahwa BMT meluncurkan produk baru yang menarik terhadap konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

BMT NU Cabang Camplong merupakan lembaga keuangan syariah yang bertugas untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana. menyalurkan dana diantaranya yaitu *Mudharabah, Musyarakah, Bai'u Bitsaman, Rahn/Gadai, Al-Qordul hasan*, Pembiayaan Lasisma, Pembiayaan Hidup Sehati. Berbagai macam produk di BMT NU Cabang Camplong terdapat salah satu produk yang sangat di minati oleh masyarakat yaitu produk pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) karena produk Lasisma ini tidak ada jaminan sehingga dapat membantu masyarakat untuk kegiatan usahanya.

Pada tahun 2017 BMT NU mengeluarkan Produk Lasisma, produk ini tercipta karena suatu bentuk kepedulian BMT NU terhadap perkembangan usaha mikro dan peningkatan perekonomian sehingga sampai saat ini sudah banyak dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Produk Lasisma berbentuk kelompok yang harus beranggotakan minimal 5 orang anggota dan maksimal 20 orang anggota dalam satu kelompok dengan jumlah yang diberikan maksimal 10.000.000,00 (sepuluh juta) untuk setiap kelompok. Produk Lasisma merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan akad *Al-Qordul Hasan* dimana tidak ada bagi hasil, margin, serta keuntungan lainnya yang dapat dipungut oleh pihak BMT. Namun jika anggota ingin memberikan ujroh (imbalan) di perbolehkan dan tidak ada unsur paksaan untuk memberikan ujroh tersebut, serta tidak ada batasannya.<sup>11</sup>

Produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong saat ini sangat berkembang setiap

---

<sup>11</sup> Siti Nur Aini, Pengaruh Produk pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Di KSPP Syariah BMT NU Cabang Burneh Bangkalan, *Jurnal Sarjana Ekonomi Syariah*, Vol, 11 No. 1, Agustus 2019, hal 5

tahun selalu mengalami peningkatan hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya anggota pembiayaan Lasisma yang mencapai 60 lebih kelompok, hal ini membuktikan bahwasannya produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong banyak diminati oleh masyarakat.<sup>12</sup> Jadi kualitas produk yang baik dan promosi yang bagus akan berakibat kepada kepuasan anggota pada produk lasisma sehingga menimbulkan meningkatnya anggota pada produk lasisma.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Anggota Pada Produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong?
3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong?

---

<sup>12</sup> Moh Nur, *Bagian Lasisma BMT NU Cabang Camplong*, Wawancara Lewat Whatsapp (17 November 2023).

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong.

### **D. Asumsi penelitian**

Hasil penelitian sangat tergantung kondisi objek penelitian yang terkait dengan aspek metodologi ataupun substantif. Kondisi ini nantinya akan membatasi berlakunya hasil penelitian, atau secara lebih sederhana hasil penelitian berlaku pada kondisi tersebut dan tidak berlaku pada kondisi lain. Kondisi ini dipandang sebagai dasar atau merupakan anggapan dasar yang dijadikan sebagai pijakan dalam berpikir dan bertindak, itulah yang biasa dinamakan dengan asumsi penelitian.<sup>13</sup>

Asumsi ini mengatakan bahwa:

1. Kualitas Produk dan Promosi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan anggota menggunakan produk Lasisma
2. Semakin meningkat kualitas Produk dan Promosi maka anggota akan merasa puas dan loyal menggunakan produk Lasisma

---

<sup>13</sup> Solimun, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*, UB Press, 2020, hal 29.



## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah hasil dari suatu proses teoretik atau rasional, melalui tinjauan pustaka atau pengkajian konsep dan teori yang relevan mendukung hipotesis penelitian sehingga diyakini bahwa hipotesis penelitian telah memilih kebenaran teorik. Namun demikian, kebenaran hipotesis masih harus diuji secara empirik dengan menggunakan data hasil penelitian. Oleh karena itu, hipotesis juga dapat dianggap sebagai jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian, dan masih harus diuji kebenarannya dengan menggunakan data empirik hasil penelitian. Dari uraian tersebut jelas bahwa hipotesis perlu diuji kebenarannya dengan menggunakan data empirik hasil penelitian.<sup>14</sup> Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong.

H2 :Terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong.

H3 :Terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan anggota pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong.

## **F. Kegunaan Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini Menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan, dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan utamanya mengenai topik yang menjadi bahasan

---

<sup>14</sup> H. Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, PT Bumi Aksara, Jawa Timur, September 2020, hal 13.

penelitian serta sebagai media untuk menyelesaikan tugas peneliti, dan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi dan bahan acuan bagi teman-teman mahasiswa utamanya di perpustakaan IAIN Madura.

## **2. Secara praktis**

### **a. Bagi penulis**

Sebagai bahan referensi, menambah pengetahuan, serta menambah wawasan peneliti berfikir secara teoritis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.

### **b. Bagi BMT NU Cabang Camplong**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada BMT NU Cabang Camplong dapat memahami perilaku anggota, meningkatkan kualitas produk dan promosi untuk dapat menarik calon anggota dalam melakukan pembiayaan di BMT NU Cabang Camplong dengan cara mengetahui faktor penentu kepuasan anggota dalam produk pembiayaan Lasisma.

### **c. Bagi lingkungan pendidikan**

Untuk memperluas pengetahuan serta menambah literatur kepustakaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor penentu kepuasan anggota dalam suatu produk atau jasa, masukan dan saran bagi peneliti selanjutnya sehingga bisa menjadi perbandingan yang lain.

### **d. Bagi masyarakat**

Dapat memberikan pengetahuan serta informasi khususnya di bidang pemasaran serta perilaku konsumen pada suatu koperasi simpan pinjam seperti

BMT agar masyarakat lebih mengenal faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dalam sebuah produk pembiayaan.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

### 1. Variabel penelitian

Variabel adalah karakteristik, sifat atau atribut dan suatu objek (subjek) penelitian, yang relevan dengan permasalahan yang akan diselidiki, dilakukan pengukuran terhadapnya, dan harus memiliki suatu nilai (value), di mana nilainya bervariasi antara objek yang satu dengan yang lainnya.<sup>15</sup>

Adapun variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

#### a. Indikator Kualitas produk (X1):<sup>16</sup>

1. Kinerja (*Performance*)
2. Keistimewaan (*Features*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*)
5. Daya tahan (*Dirability*)
6. Estetika (*Aesthetic*)

Produk yang digunakan dalam penelitian ini merupakan produk jasa maka indikator estetika tidak digunakan di dalam penelitian ini. Karena indikator estetika merupakan sesuatu yang hanya digunakan pada produk yang memiliki bentuk atau keberadaannya bisa dirasakan oleh panca indera.

#### b. Indikator Promosi (X2):<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Solimun, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*, UB Press, 2020, hal 31.

<sup>16</sup> M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Qiara Media, 2019, hal 15.

1. Iklan (*Advertising*)
  2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
  3. Hubungan masyarakat (*Public Relation*)
  4. Penjualan personal (*Personal Selling*)
  5. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)
- c. Indikator kepuasan anggota (Y):<sup>18</sup>
1. Kesesuaian harapan
  2. Minat berkunjung kembali
  3. Kesiediaan merekomendasikan

#### **H. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Lasisma di KSPPS BMT NU Cabang Camplong" . Peneliti perlu menjelaskan makna dari judul dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalah fahaman bagi pembaca.

1. Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>19</sup>

Jadi kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memberikan hasil dan kinerja yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan para konsumen.

---

<sup>17</sup> Freddy Rangputi, Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Kommunikation, PT Gramedia Pustaka Utama 2009.

<sup>18</sup> Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Uni tomo Press, 2019, hal 92

<sup>19</sup> Iendy Zelvien Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, CV Qiara Media, 2019, hal 12.

2. Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.<sup>20</sup>

Jadi promosi adalah suatu kegiatan pemasaran untuk memberitahukan dan menawarkan suatu produk dengan tujuan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

3. Kepuasan anggota merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.<sup>21</sup>

Jadi kepuasan anggota adalah perasaan senang konsumen setelah apa yang mereka terima dan sesuai dengan harapannya terhadap produk atau jasa yang didapatkan.

4. Pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana dan memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.<sup>22</sup>

Jadi pembiayaan adalah pemberian pinjaman dana dari lembaga kepada nasabah yang membutuhkan dan wajib mengembalikan dana tersebut dengan jangka waktu yang telah disepakati bersama.

## **I. Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian empirik penelitian terdahulu dilakukan dengan cara membandingkan hasil antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu.

---

<sup>20</sup> Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, CV Sah Media, 2019, hal 187.

<sup>21</sup> Taufik, *Pengendalian Kualitas Produk Perlengkapan Kamar Mandi*, Pascal Books, 2022, hal 45.

<sup>22</sup> Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*, CV Merdeka Kreasi Group, 2021, hal 21.

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui posisi sekarang dengan penelitian terdahulu yang sejenis. Persamaan variabel yang di temukan dari hasil penelitian terdahulu, mendukung atau diterima oleh penelitian ini, sedangkan perbedaan variabel yang ditemukan dari hasil antara penelitian terdahulu, tidak mendukung atau ditolak.<sup>23</sup> Penelitian ini, penulis menemukan antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Novianti Pramudya, tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan Ar-rum di pegadaian syariah”. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif analisis. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, studi kepustakaan, dokumentasi dan menyebarkan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota sebesar 52% sedangkan sisanya 48% di pengaruhi oleh faktor lain.<sup>24</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Ayu Widarti, tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah Cabang Madiun”. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan regresi linier berganda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil

---

<sup>23</sup> Ratna Ekasari, *Model Efektivitas Dana Desa Untuk Menilai Kinerja Desa Melalui Pemberdayaan Ekonomi*, (Malang: AE Publishing, 2020), hal 38.

<sup>24</sup> Fitri Novianti Pramudya, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayana Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan Ar-rum di Pegadaian Syariah*, (Skripsi: UIN Lampung, 2019).

menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Madiun sebesar 12,6%<sup>25</sup>.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mahmud yaitu "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kiyomi Jeans di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat". Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat Deskriptif (Deskriptive Research). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik survey, wawancara, dan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa Kualitas produk, Promosi, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 29,6% dan sisanya sebesar 70,4% menunjukkan kontribusi faktor lain<sup>26</sup>.

**Tabel 1. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fitri Novianti Pramudya (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Pembiayaan Ar-rum di Pegadaian Syariah.	Membahas tentang kualitas produk dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah  Menggunakan penelitian kuantitatif	Objek penelitian terdahulu pada pembiayaan Ar-rum di pegadaian syariah, sedangkan penelitian ini pada produk Lasisma di BMT NU Cabang

<sup>25</sup> Dian Ayu Widarti, Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Cabang Madiun, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019).

<sup>26</sup> Mahmud, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Toko Kiyomis Jeans di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat, *Jurnal, IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 4, No.2, Juli 2021

			<p>Metode pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan menyebarkan koesioner</p>	<p>Camplong</p> <p>- Pada penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan korelasional</p>
2.	Dian Ayu Widarti (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Cabang Madiun	<p>Membahas tentang kualitas produk dan promosi</p> <p>Menggunakan penelitian kuantitatif</p> <p>Pengumpulan data menggunakan kuesioner</p>	<p>- Objek penelitian terdahulu pada BRI Syariah Cabang Madiun, sedangkan penelitian ini pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong</p> <p>- Pada penelitian ini jenis penelitian menggunakan korelasional</p>
3.	Mahmud (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas	<p>Membahas tentang kualitas produk dan promosi</p>	<p>- Objek penelitian terdahulu pada toko kiyomi jeans</p>



		<p>Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kiyomi Jeans di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat</p>	<p>Menggunakan penelitian kuantitatif</p> <p>Pengumpulan data menyebarkan kuesioner</p>	<p>di ITC Cempaka Mas Jakarta, sedangkan penelitian ini pada produk Lasisma di BMT NU Cabang Camplong</p> <p>- Pada penelitian terdahulu jenis penelitian menggunakan Deskriptif (Deskriptive Research), sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Korelasional</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------