

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin pesat kemajuan ekonomi islam di Indonesia pada saat ini, hal ini dikarenakan adanya lembaga-lembaga keuangan syariah di tengah-tengah masyarakat. Peran lembaga keuangan syariah sangat berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu dari prinsip, asas, dan peran dalam pembangunan ekonominya yang bisa dikatakan berbeda dari lembaga keuangan konvensional. Banyaknya transaksi-transaksi Syariah bermunculan di masyarakat umum yang memberikan kemudahan bagi siapa saja yang menggunakannya. Diantara transaksi-transaksi tersebut yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) yang menjadi salah satu lembaga yang memiliki peran dalam pelaksanaannya yang berbasis Syariah, berlandaskan aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadits yang berguna bagi praktik bisnis untuk memahami hak-hak dan kewajiban, agar terwujud watak dan prilaku aktivitas dibidang bisnis (yang dijamin oleh kepastian hukum).¹

Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan lembaga. Konsep maal lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana untuk zakat, infak dan shadaqah (ZIS) secara produktif. Sedangkan konsep tamwil lahir untuk

¹ Krisna Sudjana dan Rizkison, *Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif*, Jurnal Ilmiah Ekonom Islam, 6 (02), 2020. 185-194

kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro). Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai supporting funding untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang bernama *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dirasakan telah membawa manfaat finansial bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil, karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan. Kehadiran BMT di satu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan di sisi lain mengemban tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro, itulah sebabnya perkembangan BMT sangat pesat di tengah perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional lainnya.²

Dalam persaingan pasar yang semakin banyak perusahaan membutuhkan strategi untuk tetap dipercaya oleh konsumen yaitu diantaranya harus meningkatkan kualitas layanan agar konsumen tetap setia untuk menggunakan produknya. Layanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan, untuk itu perlu dikaji tentang kualitas pelayanan secara menyeluruh karena kualitas pelayanan yang baik, maka akan terciptanya persepsi bagi konsumen bahwa perusahaan tersebut telah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.³ Maka perlunya kualitas layanan ditingkatkan dalam suatu perusahaan agar tetap dipercaya oleh konsumen atau nasabah.

² Novita Dewi Masyithoh, Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 *Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Aats Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Mall Wat Tamwil* (BMT), Jurnal Volume V/Edisi 2/Oktober 2014

³ Leri Hardian Saputra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jom FISIP Volume 4 No. 1 Februari 2017. Page1

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan antara lain: layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima.

Kualitas layanan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: kualitas layanan yang memuaskan (bila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan), kualitas layanan buruk (bila kualitas layanan yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan kualitas layanan yang diharapkan), kualitas layanan yang ideal (bila kualitas layanan yang diterima lebih tinggi dibandingkan dengan yang diharapkan).⁴ Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai kualitas layanan yang baik dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan hasil atau penilaian menyeluruh pelanggan atas keunggulan suatu layanan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam mengambil hati para nasabah yang diperlukan dilakukan meliputi keramahan, kesopanan, murah senyum dan komunikasi yang baik kepada pelanggan atau nasabah dengan itu akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi yang berakibat ke citra perusahaan.

Citra perusahaan adalah persepsi dan meliputi segala sesuatu dari kesan visual dari logo perusahaan, pengamatan dan pengalaman produk, layanan, dan perilaku perusahaan pada umumnya.⁵ Citra perusahaan menjadi sebuah informasi

⁴ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasi*, (Sidioarjo: Umsida Prass, 2018) 25.

⁵ Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility*, (Pamekasan, 12 November 2020), 33

berkaitan dengan pembeli yang ada dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan (misalnya kerelaan untuk menyediakan komunikasi dari mulut ke mulut positif). Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pemasaran produk pada perusahaan terletak pada perusahaan itu sendiri yang mana harus memenuhi pelayanan atas kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian, citra perusahaan adalah yang diasumsikan mempunyai dampak terhadap pilihan pelanggan yang memudahkan perusahaan, ketika atribut jasa sulit dievaluasi.⁶ Oleh karena itu citra perusahaan sangat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga sikap mereka terhadap perusahaan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang berdampak pada citra perusahaan.

Dalam kehidupan sehari-hari konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behaviour*) daripada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *no random* (tidak acak) yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.⁷ Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga keberlangsungan usahanya. Pelanggan yang setia ditunjukkan dengan kesediaan pelanggan melakukan pembelian secara berulang, merekomendasikan kepada pihak lain, dan komitmen yang tinggi pada perusahaan sehingga bisa menjadi kunci kemenangan perusahaan dalam mengambil alih perhatian konsumen dari pesaing lain.⁸ Sehingga dapat

⁶ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, (Jember: 19 Agustus 2019), 35

⁷ Ibid, 51

⁸ Leri Hardian Saputra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jom FISIP Volume 4 No. 1 Februari 2017. Page 3

disimpulkan loyalitas pelanggan yaitu kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dengan kenyamanan dan kemudahan melakukan transaksi serta merefresikan produk tersebut kepada orang lain, dengan begitu akan meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan akan terjamin meningkat serta konsisten dalam kegiatan produksinya.

Dengan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada industri perbankan maka penelitian ini akan mengukur kuatnya faktor-faktor yang mempengaruhi pada lembaga keuangan syariah, tepatnya pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Pada penelitian Selvy Damayanti dan Djawoto dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kondisi ini mengidentifikasikan bahwa mayoritas nasabah yang memutuskan tetap loyal dalam menggunakan jasa keuangan sebuah bank semata-mata karena didorong oleh pelayanan yang diterimanya dan nasabah tersebut merasa puas atas pelayanan yang diterimanya, demikian dengan citra perusahaan perbankan dapat memberi efek positif bagi bank tersebut karena melalui citra yang baik, perusahaan perbankan dapat menarik perhatian pasar agar tertarik terhadap keberadaan perusahaan dan produknya.⁹

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Puteri Herlanies Susanto dan Iwan Kurniawan Subagja dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan,

⁹ Selvy Damayanti dan Djawoto *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Vol 7,11 November 2018.

Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia TBK Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. Hasil dari penelitian tersebut bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas dan terdapat pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah, dengan kualitas pelayanan yang bagus mempunyai dampak pada kepuasan pelanggan dan citra yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menjadi acuan untuk loyalitas pelangga.¹⁰ Dalam penelitian Franasista Viana Wemben, Lisbeth Mananeke dan Ferdy Roring dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pelayanan UPC Tanjung Batu, hasil dari penelitiannya yaitu bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga tolak ukur dalam kualitas pelayanan dan citra perusahaan dilihat dari kepercayaan serta kepuasan pelanggan yang bergantung pada suatu produk misalnya dengan cara memberikan produk yang mutunya lebih baik atau dapat memenuhi kebutuhan pelanggan maka dari situlah akan menimbulkan loyalitas nasabah.¹¹

Hasil dari penelitian Beiet.al dan Yuniarti membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan. Tujuan loyalitas pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, karena apabila nasabah puas terhadap

¹⁰ Puteri Herlanies Susanto, Iwan Kurniawan Subagja, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia TBK Kantor Cabang Pondok Gede Plaza*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol.7. No. 1 Januari-April 2019

¹¹ Franasista Viana Wemben, Lisbeth Mananeke dan Ferdy Roring *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadayan UPC Tanjung Batu*, Jurnal EMBA, Vol. 8 No 4 Oktober 2020, 1119-1128

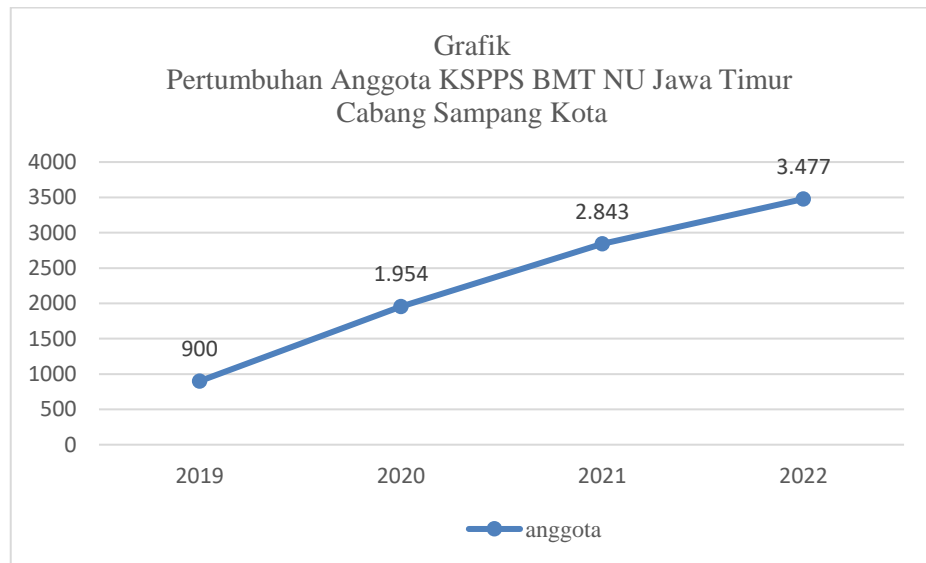
pelayanan yang diberikan oleh Bank tentu saja akan berdampak terhadap loyalitas itu sendiri. Oleh karena itu kepuasan sangat dipengaruhi oleh citra perusahaan dan juga dipengaruhi oleh kualitas layanan sehingga akan tercipta loyalitas itu sendiri.¹² Dengan kemajuan teknologi dimasa sekarang mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan, maka perlunya strategi untuk membentuk kualitas layanan yang baik. Begitu juga dengan citra perusahaan yang baik akan memiliki kesan yang timbul dari dalam diri seseorang sebagai hasil dari pemahaman yang terbentuk dari pengetahuan dan pengalaman akan menimbulkan hal yang positif.

KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota merupakan cabang ke 48 yang didirikan pada tanggal 23 Juni 2019 yang bertepatan di Jl. Kramat, kota Sampang. Dimana pada tahun 2019 masih dikelola dengan 5 karyawan, dengan harapan bisa mensejahterkan masyarakat kecil yang ada di kabupaten Sampang khususnya di kalangan masyarakat pelaku mikro. Melalui kinerja yang berbasis syari`ah diharapkan KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota mampu menjadi salah satau pendorong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasis Syari`ah di kecamatan Sampang pada khususnya. Dan berikut adalah data pertumbuhan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota mulai dari awal pendirian hingga pada tahun 2022, yaitu sebagai berikut:¹³

¹² Yohanes Bernadus, *Pengaruh Kualitas Layanan Corporate Image Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas*, (Survey pada nasabah kredit bisnis BRI cabang Bengkayang).

¹³ Metode penelitian diakses <https://etheses.iainmadura.ac.id/2020/03/>.html, pada tanggal 05 September 2023 pukul 10.18 WIB.

Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Anggota



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

Berdasarkan grafik yang ada diatas maka data dari jumlah anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota dari tahun 2019 hingga tahun 2022 mengalami kenaikan anggota mencapai 28%, ditahun 2019 mengalami kenaikan 10%, pada tahun 2020 mengalami kenaikan 21%, pada tahun 2021 mengalami kenaikan 31% dan pada tahun 2022 anggota mengalami kenaikan 38%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan meningkatkan sistem manajemen yang lebih baik sehingga, dapat mendorong perusahaan melakukan sebuah inovasi, yang mana akan berakibat peningkatan nasabah dan kemajuan kualitas perusahaan itu sendiri

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali apakah terjadi hal yang sama atau tidak dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota disebuah perusahaan salah satunya di perusahaan finansial yaitu KSPPS BMT NU Jawa

Timur cabang Sampang kota yang dipilih oleh peneliti untuk dijadikan objek penelitian karena perusahaan ini bergerak dalam bidang keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, dengan menawarkan beberapa produk pembiayaan, dan melayani ribuan nasabah yang tetap atau setia menggunakan produk yang ditawarkan serta adanya peningkatan anggota pada setiap tahunnya yang terjadi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota. Dengan selalu berusaha memaksimalkan pelayanan meliputi keramahan, kesopanan, kepedulian karyawan dan komunikasi yang baik untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah yang melakukan transaksi, sehingga perusahaan mempunyai karakteristik yang dapat dipercaya dan mempunyai tanggung jawab sosial serta perusahaan menjaga standar yang tinggi untuk kepuasan setiap nasabah. Atas dasar tersebut peneliti melakukan penelitian tentang *“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota”*

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota?

3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dilakukan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹⁴ Dalam sebuah penelitian asumsi sangat diperlukan agar peneliti memiliki landasan yang kuat terhadap masalah yang akan diteliti. Asumsi dalam penelitian ini adalah:

¹⁴ Tim Penyusun pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Pamekasan: IAIN Madura, 2020) 17.

1. Kualitas layanan yang baik dan bagus akan mempengaruhi peningkatan pada loyalitas anggota.
2. Citra perusahaan yang positif dan sesuai dengan persepsi masyarakat maka akan mempengaruhi loyalitas anggota menjadi meningkat.
3. Kualitas layanan yang baik dan citra perusahaan yang bagus akan memberikan kesan baik terhadap segala sesuatu yang diberikan oleh BMT, maka akan mempengaruhi nasah dalam peningkatan loyalitas anggota.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau anggapan sementara terhadap rumusan masalah yang ditetapkan pada bab sebelumnya yang sifatnya sementara, karena kebenarannya harus dibuktikan. Dalam penelitian ini yaitu untuk menguji Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota, maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu:

1. H₁: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.
2. H₂: Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.
3. H₃: Kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini secara umum yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan dan memperkaya wawasan komprehensif serta mengetahui mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Kegunaan lainnya yaitu:

1. Kegunaan Teoretis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah sumber rujukan dalam dunia penelitian, serta dapat menjadi acuan atau gambaran bagi lembaga keuangan syariah secara umum dalam hal meningkatkan SDM (sumber daya manusia) untuk keberlangsungan suatu organisasi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur.

Diharapkan memberikan masukan dalam dunia perbankan dan meningkatkan kualitas layanan serta citra perusahaan dalam mempertahankan loyalitas anggota.

b. Bagi IAIN Madura

Dapat menjadi tambahan sumber referensi khususnya dalam bidang perbankan Syariah IAIN Madura dan, sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa untuk dijadikan sumber dalam penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan memperluas ilmu pengetahuan mengenai fenomena yang terjadi di dunia perbankan serta mengetahui pentingnya suatu layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

sumbangan pemikiran untuk menambah wawasan, ilmu serta pengalaman dalam melakukan penelitian.

d. Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil peneliti ini dapat menjadi bahan evaluasi refrensi, dan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk dikembangkan menjadi peneliti lanjutan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian ini terdapat batasan dari variabel yang diteliti, adapun subjek dan objek penelitian serta lokasi yang hendak diteliti untuk memudahkan peneliti yaitu:

1. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel dalam penelitian *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota*. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2), sementara Loyalitas Anggota sebagai variabel dependent (Y).

Tabel 1.1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Layanan (X1) ¹⁵	a. Kepatuhan b. Jaminan c. Kehandalan d. Bukti fisik

¹⁵ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 28-37

	<ul style="list-style-type: none"> e. Empati f. Daya tangkap
Citra Perusahaan (X2) ¹⁶	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepribadian b. Reputasi c. Identitas perusahaan
Loyalitas Anggota (Y) ¹⁷	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembelian ulang b. Rekomendasi c. Kesetiaan

2. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjeknya adalah anggota dari KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian yaitu di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota di Jl. Jamaluddin Dhuwak Poteh, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang, Jawa Timur 69216.

¹⁶ Maulidia Wulan Anggraini, Tin Agustina Karnawati, Widi Dewi Ruspitasari, *Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan Jamaah Umroh Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia Vol 14 No 2 (2020).

¹⁷ Tri Winasih, Lukman Hakim, *Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Indonesia. Vol.8 No.2 Desember 2021.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah atau definisi operasional diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kurang jelasnya makna.¹⁸ Sehingga definisi istilah yang berkaitan dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota”, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas layanan yaitu segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.¹⁹
2. Citra perusahaan di definisikan sebagai keseluruhan kesan baik buruknya perusahaan yang tersisa dibenak pengguna melalui komunikasi dan pengalaman dengan perusahaan.²⁰
3. Loyalitas anggota merupakan komitmen yang dipegang teguh untuk kembali membeli produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan mendatang, sehingga menyebabkan pembelian secara berulang-ulang.²¹
4. BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) merupakan sebuah lembaga keuangan Syariah nonbank, dengan tujuan untuk mengembangkan berbagai usaha kegiatan produktif dan juga investasi dalam rangka meningkatkan kegiatan ekonomi dari para pengusaha kecil yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah yaitu Al-Quran dan Hadist.²²

¹⁸ Tim Penyusun Pedoman Karya Tulis Ilmiah, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Press, 2020), 19

¹⁹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 27

²⁰ Lo Ode Sugianto, *Model Pengembangan Citra Perusahaan*, (Serang Banten: YPSIM, 2020) 19

²¹ Ibid, 8-9

²² Astri Furqani, Rusnani, *Menelusuri Kesiapan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Vol 10, No.2 September 2020.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian terdahulu yang dapat berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoretik dan sebagai pembeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian sekarang.²³ Disini peneliti akan memaparkan mengenai pembahasan atau kajian yang berkaitan dengan penelitian saat ini.

Tabel 1.2. Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Restu Fajar Maulida dan Nadia Rossmalita Sari (2022) ²⁴	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah.	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2.	Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah (2021) ²⁵	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Rel Listrik	1. Kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, kepercayaan dan loyalitas 2. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²³ Tim Penyusun Pedoman Karya Tulis Ilmiah, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Press, 2020), 20

²⁴ Restu Fajar Maulida dan Nadia Roosmalita Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal Perbankan Syariah, (April 2022, vol. 3. No.1: 29-42)

²⁵ Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta*, Jurnal Bisnis dan Keuangan, Vol. 3 No. 2 (2021)

			kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
3.	Kaledin Siadari dan Anas Lutfi (2020) ²⁶	Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabih Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI <i>Mobile Banking</i> Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni.	1. Citra perusahaan kualitas pelayanan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna fasilitas BNI <i>Mobile Banking</i> . 2. Citra perusahaan yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna BNI <i>Mobile Banking</i>
4.	Agustina Massora dan Indah Widyanti (2021) ²⁷	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta.	1. Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan 2. Bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah.
5.	Viona Jesica Kristania. Imelda	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan	1. Secara parsial citra perusahaan mempunyai

²⁶ Kaledin Siadari dan Anas Lutfi, *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabih Terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Cabang Harmoni*, Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan/Vol. 5/No. 2/Maret-2021: 155-160

²⁷ Agustina Massora dan 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 Vol. 9, No. 1, April 2021. 20-38

	W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu (2022) ²⁸	Nasabah, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado.	pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank tabung negara (persero) Tbk, kantor cabang manado. 2. Hasil uji F kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.
--	--	--	--

1. Penelitian Restu Fajar Maulida dan Nadia Rossmalita Sari²⁹

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Restu Fajar Maulida dan Nadia Rossmalita Sari lokasi penelitian di Bank Panin Dubai Syariah kantor wilayah Malang. Sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Restu Fajar Maulida dan Nadia Rossmalita Sari menggunakan empat variabel yaitu Kualitas Pelayanan, *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, Strategi Pemasaran dan Loyalitas Nasabah. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah.

²⁸ Viona Jesica Kristania, Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pda PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado*, Jurnal EMBA. Vol.10 No.4 Oktober 2022. 533-544

²⁹ Restu Fajar Maulida dan Nadia Roosmalita Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal Perbankan Syariah, (April 2022, vol. 3. No.1: 29-42)

3) Waktu penelitian yang berbeda.

b. Persamaan:

1) Restu Fajar Maulida dan Nadia Rossmalita Sari sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

2) Sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

3) Sama menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data.

4) Sama menggunakan analisis regresi linear berganda.

2. Penelitian Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah³⁰

a. Perbedaan:

1) Penelitian yang dilakukan oleh Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah lokasi penelitiannya di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor. Sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota

2) Penelitian yang dilakukan oleh Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah menggunakan tiga variabel yang berbeda yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah.

3) Waktu penelitian yang berbeda

b. Persamaan:

³⁰ Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta*, Jurnal Bisnis dan Keuangan, Vol. 3 No. 2 (2021)

- 1) Dalam penelitian Farastia Salsabila, Basrah Saidani dan Nadya Fadillah Fidhyallah sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas.

3. Penelitian Kaledin Siadari dan Anas Lutfi³¹

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Kaledin Siadari dan Anas Lutfi lokasi penelitiannya di BNI kantor cabang Harmoni. Sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Kaledin Siadari dan Anas Lutfi menggunakan empat variabel yaitu Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas penggunaan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah.
- 3) Waktu penelitian yang berbeda.

b. Persamaan:

- 1) Kaledin Siadari dan Anas Lutfi sama menggunakan metode kuantitatif.
- 2) Sama menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.
- 3) Sama menggunakan analisis regresi linear berganda.
- 4) Menggunakan skala Likert.

4. Penelitian Agustina Massora dan Indah Widyanti³²

³¹ Kaledin Siadari dan Anas Lutfi, *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Cabang Harmoni*, Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan/Vol. 5/No. 2/Maret-2021: 155-160

³² Agustina Massora dan 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 Vol. 9, No. 1, April 2021. 20-38

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Agustina Massora dan Indah Widyanti di PT. Bank Syariah Mandiri cabang Thamrin Jakarta. Sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Agustina Massora dan Indah Widyanti menggunakan empat variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Nasabah. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah.
- 3) Waktu penelitian yang berbeda

b. Persamaan:

- 1) Sama sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan kualitas layanan, cita perusahaan loyalitas nasabah.

5. Penelitian Viona Jesica Kristania. Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu³³

a. Perbedaan:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Viona Jesica Kristania. Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu lokasi penelitiannya di BNI kantor cabang Manado. Sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Sampang kota.

³³ Viona Jesica Kristania. Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pda PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado*, Jurnal EMBA. Vol.10 No.4 Oktober 2022. 533-544

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Viona Jesica Kristania. Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu menggunakan empat variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah.
- 3) Waktu penelitian yang berbeda.

b. Persamaan

- 1) Dalam penelitian Viona Jesica Kristania. Imelda W.J.Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu metode kuantitatif.
- 2) Sama menggunakan regresi linear berganda.
- 3) Sama-sama menggunakan variabel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.