

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi sekarang semakin bertambah maju dan berkembang serta mendorong perusahaan untuk menghasilkan sebuah produk yang semakin canggih dan berkualitas. Saat ini produk yang dihasilkan oleh perusahaan semakin beragam dan memunyai banyak kelebihan tertentu yang ditawarkan, produk baru tersebut dapat mendorong masyarakat (konsumen) tertarik untuk memilikinya meskipun mereka tidak memiliki dana yang mencukupi untuk membelinya. Hal ini tentu menjadi suatu permasalahan tersendiri bagi masyarakat kelas yang menengah ke bawah dengan cara memunyai penghasilan rendah.<sup>1</sup>

Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.<sup>2</sup>

Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam

---

<sup>1</sup> Arif, Zakiyudin,MS. , Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian, *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 8 (2) (2020):472*

<sup>2</sup> Muchtar, Bustari, dan Rose Rahmidani. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : KENCANA : 2016. hlm. 53

melaksanakan kegiatan usahanya, bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>3</sup>

Pertumbuhan dunia perbankan di Indonesia sangatlah cepat, banyak bank yang baru bermunculan sedangkan bank yang telah lama berdiri semakin berkembang dengan membuka beberapa cabang baru, sehingga persaingan antar bank menjadi begitu ketat yang membuat seluruh bank berupaya untuk memberikan berbagai sarana menarik dan terbaik untuk nasabah. Dalam mengatasi persaingan tersebut, maka seluruh bank berlomba-lomba meningkatkan inovasi-inovasi terkini sehingga keinginan dan kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan daya saing yaitu dengan memperbaiki mutu pelayanan bank untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah<sup>4</sup>

Persyaratan utama bagi nasabah dalam memilih bank adalah adanya kepercayaan bahwa bank yang bersangkutan akan memberikan pelayanan yang terbaik terkait dengan semua hal yang berhubungan dengan dana yang disimpan pada bank.<sup>5</sup> Kepercayaan dalam konteks pemasaran didefinisikan sebagai suatu keyakinan yang dimiliki konsumen bahwa ia hanya akan mendapatkan manfaat yang diinginkan melalui produk tertentu daripada produk- produk pesaing yang ditawarkan di pasaran. Melalui penggunaan produk yang dipilih tersebut konsumen

---

<sup>3</sup> Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta : PRENADAMEDIA Group, 2016) hlm. 26

<sup>4</sup> Mutmainnah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 10, No. 2, (September 2017): 201-202.

<sup>5</sup> Tambunan, Anggunan.P , Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Sebuah Bank Daerah Di Kota Medan), *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX Volume 1 Nomor (1) 2018* : 41

yakin bahwa ia dapat mengandalkan produk tersebut dalam memberikan manfaat serta solusi yang diharapkan<sup>6</sup>

Disamping unsur kepercayaan, keputusan nasabah dalam memilih bank juga dipengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Terdapat banyak bank yang berupaya menarik nasabah dengan meningkatkan kualitas dari segi pelayanan, pemberian hadiah, produk, bunga, hingga pemanfaatan teknologi untuk memberi kemudahan dalam bertransaksi, yang tujuan utamanya adalah memberikan kepuasan tertinggi kepada nasabah. Tingkat kepuasan konsumen dapat diartikan dengan kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang diharapkannya. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value dari produsen atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem. Nasabah yang percaya serta memperoleh pelayanan yang memuaskan dari bank akan loyal kepada bank yang bersangkutan<sup>7</sup>

Kemampuan dalam memenuhi harapan konsumen secara sempurna, akan melahirkan kepuasan, memperkuat kepercayaan, dan meningkatkan loyalitas. dengan demikian, pemenuhan kualitas secara konsisten akan membuat konsumen sulit untuk berpindah menggunakan merek lain, dan bahkan akan membuat posisi merek tersebut semakin kuat di benak para pelanggannya. karena itu, upaya dalam memperkuat loyalitas pelanggan, maka diharapkan oleh perusahaan membuat program yang berfokus pada seluruh aspek dalam layanan bisnis. akumulasi kualitas yang diberikan kepada konsumen akan menjadi sebuah referensi

---

<sup>6</sup> Chalil, Rifyal Dahalwy. *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. (Depok : PT. RajaGrafindo, 2021) hlm. 72.

<sup>7</sup> Ibid hlm 45

yang dapat membentuk kepercayaan pelanggan secara optimal. Menurut Supranto dikutip dalam Sudirman, komitmen dalam memberikan kualitas layanan yang superior dilakukan secara konsisten, akan menjadi modal yang kuat dalam membangun kepercayaan. kekuatan tersebut juga merupakan kekuatan penting dalam membangun daya saing. kekuatan ini dapat dibangun apabila perusahaan memiliki keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaingnya. Menurut Kusmayadi kepercayaan dan kepuasan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah<sup>8</sup>

Menurut Kotler dan Keller dikutip dalam Wardianti kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Kemudian Sumarwan "Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya".<sup>9</sup> Kepercayaan konsumen juga merupakan implikasi dari keyakinan konsumen terhadap integritas, kejujuran, kesediaan bekerja sama, keandalan, dan kompetensi dari perusahaan.<sup>10</sup>

Pada umumnya apabila pembeli merasa sangat puas dengan layanan atau produk yang diperoleh, maka selanjutnya akan melakukan pembelian kembali yang diinginkan, apabila mungkin bisa menambah kuantitas pembelian tersebut. Salah satu produk yang diterapkan di BPRS merupakan produk pinjaman yaitu Gadai

---

<sup>8</sup> Sudirman dkk. *Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan sebagai variabel intervening*, Volume. 19 Issue (3) 2022:641

<sup>9</sup>Wardiati, Jumaidah dkk. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Motivasi kerja Terhadap kinerja Pegawai di Sekretariat Komisi Pemilihan Umum* .( Jakarta : Universitas Efarina, 2022) hlm 350

<sup>10</sup> Pratama N, Abdul Aziz dan fetria Eka Y. *Perilaku Hijarah Konsumen Muslim*. (Jakarta : Prenada Media, 2022.) hlm 89

emas, dimana pelanggan yang puas, bisa menceritakan kepada orang tentang pengalaman tersebut. Apabila ada tidak kepuasan mengenai pengalaman yang didapat maka akan berakibat berpindah ke merek lain.<sup>11</sup>

Demikian juga kondisi yang terjadi pada Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget dimana setelah dilakukan observasi, didapat informasi bahwa produk dan jasa yang ada di bank tersebut sudah dikategorikan baik. Namun setelah ditelusuri melalui wawancara dengan beberapa nasabah Bank BPRS Bhakti Sumekar cabang Kalianget berhubungan dengan menurunnya loyalitas nasabah dikarenakan tingkat kepercayaannya menipis dan kurang puasnya nasabah menggunakan jasa Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor cabang Kalianget.<sup>12</sup> Banyaknya persaingan seperti masih terlihat banyaknya pesaing yang menyediakan jasa atau layanan yang lebih baik di Bank lainnya. Mayoritas nasabah Bank BPRS cabang Kalianget menggunakan produk gadai emas, dikarenakan banyaknya peminat menggadaikan emasnya di Lembaga tersebut untuk mendapat biaya lebih murah, taksiran yang tinggi dan prosesnya juga cepat dari lembaga lainnya hal ini dibuktikan dengan wawancara salah satu nasabah yang menggunakan produk tersebut Dimana beliau mengatakan “Saya selalu menggunakan produk ini daripada di lembaga lain karena selain produk ini memiliki taksiran lebih tinggi dari lainnya juga prosesnya sangat cepat”<sup>13</sup>. Tetapi hal lain yang ditunjukkan oleh nasabah, ada yang menilai pelayanan yang ada di bank tersebut masih belum sesuai harapan dan

---

<sup>11</sup> Arif, Zakiyudin,MS. , Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian, *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 8 (2) (2020):475*

<sup>12</sup> Wawancara dengan Sulastris nasabah Bank BPRS, 29 februari 2024.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Jahrawati nasabah BPRS, 12 Mei 2024.

merasa kurang percaya terhadap lembaga tersebut<sup>14</sup>. Tidak hanya satu orang yang beranggapan merasa kurang puas akan lembaga tersebut seperti yang diketahui melalui wawancara oleh beberapa orang mengatakan bahwa masih belum memenuhi harapan yang diharapkan akan jasa dan fasilitas. Dimana hal ini dapat dipastikan bahwa nasabah sangat menginginkan kepuasan yang didapat dari bank, karena jika nasabah merasa puas maka nasabah akan memiliki kepercayaan terhadap Bank tersebut.

Faktor yang menjadi penyebab nasabah belum merasa puas adalah salah satunya karena dorongan emosional. Nasabah belum memiliki emosi positif terhadap layanan yang digunakan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara dengan nasabah Bank BPRS Bhakti Sumekar cabang Kalianget yang masih mengeluh setelah merasakan pelayanan dan fasilitas yang ada di Bank tersebut, nasabah merasa bahwasanya pelayanan dan fasilitas belum sesuai dengan harapannya, sehingga memiliki emosi negative atau buruk terhadap Bank tersebut sehingga tidak mendapatkan kepuasan<sup>15</sup>.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Sony Zakiyuddin Arif dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Emas Pegadaian” mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Neni Suciani dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Samiatun nasabah BPRS, 12 Mei 2024

<sup>15</sup> Wawancara dengan Ratri nasabah Bank BPRS, 29 februari 2024

Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening” mengatakan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Sekar Chalifah Segara dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahas PT. Tiger Dua Ribu” menyatakan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Prasasti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank Mandiri Prioritas Padang” kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah karena memiliki nilai t-statistik yang lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel yakni 1.40.

Berdasarkan uraian diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, terdapat rumusan masalah yang dapat diajukan, antara lain :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget ?

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan melalui kepuasan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget?

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, dan kepuasan secara Bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget.

### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi merupakan anggapan dasar terhadap sesuatu yang diyakini kebenarannya. Oleh karena itu, suatu asumsi harus memenuhi dua kriteria. Pertama, asumsi harus bersifat *common sense*, artinya bahwa asumsi harus logis dan diterima akal sehat sehingga menjadi kebenaran umum (*general truth*) di mana semua orang bisa menerimanya. Kedua, asumsi harus bersifat *self-evident*, artinya bahwa karena asumsi bersifat logis dan masuk akal serta menjadi kebenaran umum, maka asumsi



bersifat terbukti dengan sendirinya (self-evident) dan karena itu suatu asumsi tidak perlu dibuktikan kebenarannya<sup>16</sup>.

Berdasarkan pengertian dari asumsi diatas penulis berasumsi :

1. Kepercayaan salah satu faktor yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah, jika nasabah percaya akan produk atau pelayanan nasabah akan merasa loyal.
2. Loyalitas nasabah merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan
3. Kepuasan juga salah satu kunci loyalitas nasabah, apabila merasa puas nasabah akan melakukan pembelian ulang produk

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.<sup>17</sup> Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara yang dikemukakan oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar kantor Cabang Kalianget.

---

<sup>16</sup> Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi enelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. (Yogyakarta : Deepublish, 2022) hlm. 76

<sup>17</sup> Siyoto, Sandu, Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015) hlm. 56

H2 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget.

H3 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Kalianget.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian adalah penegasan tentang harapan peneliti bahwa hasil yang diperoleh penelitiannya dapat memberikan manfaat atau kegunaan nyata baik secara akademik (kegunaan teoretis) maupun secara operasional (kegunaan praktis).<sup>18</sup>

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Membantu meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada BPRS.
- b. Memberikan informasi penting bagi BPRS dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengetahui bahwa kepercayaan dan kepuasan berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah, BPRS dapat mengembangkan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.
- c. Memberikan informasi penting bagi industri perbankan dan keuangan pada umumnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk

---

<sup>18</sup> Wibowo, Agung Edi. *Metodologi Penelitian* . (Cirebon : Insania, 2021)hlm. 48

pengembangan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen pada industri perbankan dan keuangan

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Memberikan manfaat bagi nasabah BPRS. Dengan mengetahui pentingnya kepercayaan dan kepuasan dalam membentuk loyalitas nasabah, nasabah BPRS dapat lebih memahami pentingnya memilih institusi keuangan yang dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan dalam penggunaan layanan keuangan mereka.
- b. Meningkatkan kualitas penelitian di Indonesia. Dengan melakukan penelitian yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat, maka akan meningkatkan kualitas penelitian di Indonesia dan dapat memberikan manfaat bagi pembangunan nasional

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Objek penelitian ini meneliti Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening produk emas pegadaian di BPRS Bhakti sumekar Kantor Cabang Kalianget

Dalam penelitian ini memfokuskan pada variabel Independen dan variabel Dependen. Dimana variabel Independen sendiri ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Sedangkan variabel Dependen sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen.

Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>19</sup>

Ada 3 Variabel yang akan menjadi fokus penelitian yakni, Kepercayaan (X), Loyalitas Nasabah (Y) , Kepuasan (Z). Adapun indikator masing masing variabel sebagai berikut :

1. Indikator Kepercayaan<sup>20</sup>
  - a. Integritas (*Integrity*)
  - b. Kompetensi (*Competence*)
  - c. Konsistensi (*Consistency*)
  - d. loyalitas (*Loyalty*)
  - e. Keterbukaan (*Openness*)
2. Indikator Loyalitas Nasabah <sup>21</sup>
  - a. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes Regular Repeat Purchase*)
  - b. Melakukan Pembelian disemua lini produk atau jasa (*Purchase Across Product and Service Lines*)
  - c. Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*)
  - d. Menunjukkan kekebalan dari daya Tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates On Immunity To The Full Of The Competition*)
3. Indikator Kepuasan Nasabah<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Indra, Made. P. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* ( Jakarta : Deepublish, 2019 ) hlm 3

<sup>20</sup> Nora Anisa br. *Perilaku Konsumen*(Yogyakarta : ANDI, 2008) hlm 45

<sup>21</sup> Effa Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis di Sertai Himpunan Jurnal Penelitian*,(Yogyakarta : CV Andi Offset, 2013) hlm 105

<sup>22</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019) hlm 92

- a. Puas terhadap produk
- b. Puas atas layanan
- c. Kesesuaian harapan
- d. Minat Berkunjung Kembali
- e. Kesiediaan Merekomendasi

## H. Definisi Istilah

Definisi Istilah atau Definisi Operasional adalah pembatasan pengertian tentang konsep-konsep yang terkandung dalam variabel yang diteliti.<sup>23</sup>

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Kepercayaan

Kepercayaan (Trust) adalah keyakinan terhadap integritas, kemampuan, atau karakter seseorang atau sesuatu. Dalam berorganisasi kepercayaan adalah hal yang penting karena itu akan membantu mengatur kompleksitas, membantu mengembangkan kapasitas aksi, meningkatkan kolaborasi dan meningkatkan kemampuan pembelajaran organisasi.<sup>24</sup>

### 2. Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja kelangsungan hidup . loyalitas nasabah adalah orang yang melakukan pembelian secara berulang atau

---

<sup>23</sup> Tim Penyusun Pedoman Karya Tulis Ilmiah, Pedoman Karya Tulis Ilmiah (Pamekasan: IAIN Madura, 2020),9

<sup>24</sup> Sukatin dkk. *PSIKOLOGI MANAJEMEN* (Yogyakarta : Deepublish, 2021) hlm 62

teratur antar lini produk, mereferensikan kepada orang lain yang menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing.<sup>25</sup>

### 3. Kepuasan

Kepuasan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan ketidaksepadanan dengan antara hasil kesepadanan atau yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan pelanggan adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*aquisition*) dan pemakaiannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik<sup>26</sup>

### 4. Variabel Intervening

Variabel intervening disebut sebagai variabel antara di mana variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas kemudian dia memengaruhi variabel tak bebas. Variabel intervening adalah atribut atau karakteristik yang berdiri di antara variabel independen dan dependen. Pengertian lain variabel intervening adalah variabel yang secara teoretis memengaruhi hubungan antara variabel dependen dengan independen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur.<sup>27</sup>

### 5. BPRS Bhakti Sumekar

---

<sup>25</sup> Aprihatiningrum Hidayati. *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik* (Jakarta : Cipta Media Nusantara (CMN), 2021) hlm 11

<sup>26</sup> Lailatus Sa'adah . *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merk serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. (Jombang : LPPM, 2020) hlm 34

<sup>27</sup> Fajri Ismail. *STATISTIKA Pendidikan dan ilmu Sosial*. (Jakarta : PrenadaMedia Group, 2018) hlm 69

BPRS Bhakti Sumekar merupakan Bank Perkreditan Rakyat syariah yang dalam kegiatannya tidak memiliki dan mmeberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

## I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian terdahulu yang dapat berfungsi sebagai pembeda dengan peenelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Fungsi kajian terdahulu yaitu menentukan posisi penelitian (persamaan dan perbedaan) dengan peneitian terdahulu<sup>28</sup>. Selain itu peneliti juga menghindari adanya pengulangan sekaligus plagiasi terhadap hasil penelitian terdahulu ke dalam penghasilan penelitian ini . Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini :

1. Risa Ummi Faizah (2021)<sup>29</sup> dalam penelitian “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Commitment Islamic Customer Intimacy Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi di Bank Syariah Indonesia Cabang MT Haryono Semarang)”. Menggunakan metode penelitian kuantitatif . pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan teknik *simple random sampling*, hasil menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *commitment* dengan ini H1 diterima. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan

---

<sup>28</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Pamekasan : Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 20

<sup>29</sup> Risa Ummi Faizah, “PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN COMMITMENT ISLAMIC CUSTOMER INTIMACY DAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi di Bank Syariah Indonesia Cabang MT Haryono Semarang)” (Disertasi: IAIN Salatiga, Salatiga, 2021) 1

terhadap *Islamic Customer Intimacy* dengan H2 diterima. Sedangkan Kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas nasabah dengan H4 ditolak.

2. Sekar Chalifah Segara (2019)<sup>30</sup> dalam penelitian Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahas Pt. Tiger Dua Ribu Medan. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Bengkel AHASS PT. Tiger Dua Ribu Medan sebanyak 150 pelanggan dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 109 responden diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa thitung pada variabel kepercayaan dan kepuasan sebesar 4.985 dan 4.840 > ttabel sebesar 1.658 dengan probabilitas t yakni  $\text{sig} < 0,05$  terhadap variabel loyalitas. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai Fhitung sebesar 45.289 > 3.08 dengan  $\text{sig} 0,000 < \alpha 0,05$ , menunjukkan kepercayaan dan kepuasan secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,451 atau 45,1%. loyalitas dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kepuasan. Sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

---

<sup>30</sup> Sekar Chalifah Segara, "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AHASS PT. TIGER DUA RIBU MEDAN." (Skripsi : Universitas Medan Area, Medan, 2019) 1



3. Neni Suciani (2022)<sup>31</sup> melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)”. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif. Pada pemablian sampel penelitian ini menggunakan Teknik *simple random sampling* dalam menentukan sampel ini menggunakan rumus slovin. Dalam pengumpulan data menggunakan kusioner dengan jumlah sampel 100 responden menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan software SPSS. Uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastistas dan uji multikolonearitas. untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f dan keofisien determinasi. Untuk analisis dat menggunakan path analysis. Hasil pada uji t pertama dihasilkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil uji t kedua dihasilkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Variabel kepuasan dapat memediasi variabel kualitas layanan dan kepercayaan.

---

<sup>31</sup> Neni Suciani, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEGADAIAN SYARIAH PURBALINGGA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)” (Skripsi : UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022) 1

4. Yulia Agustin (2021)<sup>32</sup> dalam penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Kspps Bmt Nu Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan variabel intervening, juga dengan bantuan alat analisis SPSS 24. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Accidental Sampling dengan rumus Lemeshow dan jumlah responden yang diambil sebanyak 100 nasabah. Hasil uji Signifikansi secara simultan (uji F) diperoleh Fhitung sebesar  $7,306 > F_{tabel} 2,70$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hasil uji parsial (uji t) kualitas layanan (X1) diperoleh thitung sebesar  $1,824 > t_{tabel} 1,660$  dengan taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ , variabel kepercayaan(X2) diperoleh thitung sebesar  $2,444 > t_{tabel} 1,660$  dengan taraf signifikan  $0,006 < 0,05$ , dan kepuasan nasabah (Z) diperoleh thitung sebesar  $1,754 > t_{tabel} 1,660$  dengan taraf signifikan  $0,003 < 0,05$ . Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan Z berpengaruh secara parsial terhadap Y. Hasil analisis R<sup>2</sup> sebesar 48,6% Artinya, 48,6% variabel loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel

---

<sup>32</sup> Yulia Agustin, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH KSPPS BMT NU JAWA TIMUR CABANG CAMPLONG SAMPANG MELALUI KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. (Skripsi : IAIN Madura, Madura, 2021) 1

independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Sedangkan 51.4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Hasil perhitungan Zhitung persamaan 1&2 diperoleh nilai sebesar 1,5927 &1,4800 <Zubel 1,960, dapat disimpulkan bahwa variabel keduanya (X1 dan X2) tidak dapat memediasi terhadap loyalitas nasabah. Besaran koefisien dari variabel kepercayaan lebih besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah sebesar 2,444. Dibandingkan ketika harus melalui kepuasan nasabah sebagai variable intervening.

5. Alfin Kusuma Wardani (2021)<sup>33</sup> melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bprs Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19 Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah populasi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sebanyak 14.682 nasabah. Pengambilan jumlah sampel sebanyak 99 nasabah menggunakan Accidental Sampling, teknik penentuan berdasarkan kebetulan. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 23. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi, uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas) dan analisis jalur (Path Analisis). Berdasarkan hasil

---

<sup>33</sup> Alfin Kusuma Wardani, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG PAMEKASAN DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID-19". (Skripsi : IAIN Madura, Madura, 2021) 1

penelitian ini menunjukkan bahwa Pertama, Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $6,633 > t_{tabel} 1,660$ . Kedua, kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $7,223 > t_{tabel} 1,661$ , sedangkan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung  $117,743 > F_{tabel} 3,090$ . Ketiga, kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $7,195 > t_{tabel} 1,661$ , sedangkan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung  $117,743 > F_{tabel} 3,090$ . Keempat, hasil Path Analisis atau analisis intervening menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. hal ini dibuktikan dengan nilai Zvalue sebesar 69,6236 lebih besar dari pada nilai Ztabel 1,96.

**Tabel 1.1**  
**Persamaan Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Risa Ummi Faizah	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan <i>Commitment, Islamic Customer Intimacy</i> dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi di Bank Syariah Indonesia Cabang MT Haryono Semarang).	Variabel : X (kepercayaan ) variabel Y (loyalitas nasabah) dan Z (kepuasan sebagai variabel intervening) Metode penelitian: Kuantitatif	Objek penelitian : Bank Syariah Indonesia Cabang MT Haryono Semarang
2.	Sekar Chalifah Segara	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada	Variabel: X (Kepercayaan) dan Y (Loyalitas pelanggan) dan metode yang digunakan yaitu metode	Variabel: X2 Kepuasan terletak di variabel Z Objek penelitian:

		Ahass Pt. Tiger Dua Ribu Medan	penelitian kuantitatif	Ahass PT. Tiger Medan
3.	Neni Suciani	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)	Variabel: Y (Loyalitas) dan Z (Kepuasan Sebagai Variabel Intervening) Metode Penelitian: Kuantitatif	Variabel: X1 (Kualitas Layanan) Objek penelitian: Pegadaian Syariah Purbalingga

4.	Yulia Agustin	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Kspps Bmt Nu Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Variabel: Y (Loyalitas) dan Z (Kepuasan Sebagai Variabel Intervening) Metode Penelitian: kuantitatif	Variabel: X1 (Kualitas Layanan) Objek penelitian: Bmt Nu Cabang Camplong Sampang
5.	Alfin Kusuma Wardani	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai	Variabel: Y (Loyalitas nasabah) dan Z (kepuasan sebagai variabel intervening) Metode Penelitian: Kuantitatif	Variabel: X Objek penelitian: BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

		Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19		
--	--	---	--	--