

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan di Indonesia mengalami peningkatan pesat dari tahun ke tahun. Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi disuatu negara. Di Indonesia jasa bank mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah cukup baik sehingga berkontribusi positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Bukti nyata kinerja perbankan syariah cukup baik adalah ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, dimana perbankan konvensional terpuruk, sedangkan perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangannya.

Terjadinya krisis ekonomi di Indonesia berawal pertengahan 1997 memberikan gambaran tentang terjadinya perubahan lingkungan yang berdampak pada proses keputusan beli pelanggan. Daya beli konsumen yang menurun tajam telah mengkondisikan konsumen pada situasi yang lebih terbatas menyangkut pilihan produk yang diinginkannya. Meskipun pemasar sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, dalam kondisi krisis ini pemasar tetap perlu memberikan perhatian tentang loyalitas pelanggan agar tidak terjadi perpindahan merek. Tekanan-tekanan persaingan yang mengarah pada perubahan loyalitas pelanggan juga tidak dapat diabaikan.¹

Persaingan pasar internasional dan domestik semakin tajam dan ketat. Untuk itu banyak perusahaan yang saling bersaing demi mendapatkan loyalitas

¹Basu Swastha Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14 No.3 (1999), 2.

pelanggannya, dengan cara menetapkan tujuan perusahaan yaitu untuk memuaskan pelanggan dalam sisi pelayanan. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen.²

Beberapa studi terdahulu menjelaskan pengertian loyalitas pelanggan. Menurut Wulf dan kawan-kawan, loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu produk/jasa perusahaan. Konsumen berhasil menemukan bahwa kualitas integrasi yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas. Lamb dan kawan-kawan memberikandasar rujukan penting dalam menyelidiki hubungan antara kepuasan yang diterima dengan kesetiaan pelanggan. Hasil yang dicapai merupakan justifikasi penting yang menjadi rujukan bahwa hubungan kepuasan pelanggan dengan kesetiaan pelanggan adalah positif. Oleh karena itu, bagi sebagian perusahaan mengidentifikasi kesetiaan pelanggan sebagai jaminan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang bagi para perusahaan.³

Pelanggan yang loyal sangat penting bagi perusahaan, untuk itu diperlukan upaya-upaya yang serius untuk membangun loyalitas pelanggan. Lovelock dan Wirtz menjelaskan bagaimana membangun loyalitas pelanggan yang terdiri atas 3 strategi secara berurutan yakni:

²Heni Rohaeni, Nisa Marwa "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2 (September, 2018), 313.

³ Naufal Bachri, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Aceh Utara: Sefa Bumi Persada, 2018), 16.

1. Perusahaan memerlukan dasar yang kuat untuk menciptakan loyalitas pelanggan mencakup menargetkan portofolio dari segmen pelanggan, menarik pelanggan yang tepat, tiering layanan, dan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi.
2. Untuk benar-benar membangun loyalitas, perusahaan perlu mengembangkan ikatan erat dengan pelanggan.
3. Perusahaan perlu mengidentifikasi dan menghilangkan faktor-faktor yang penyebab hilangnya pelanggan yang ada.⁴

Swasta dan Irawan menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Pengenalan masalah (*problem recognition*) terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dia butuhkan.⁵

Kualitas layanan (*service quality*) menurut Parasuraman dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof dalam Lovelock, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu kualitas layanan dapat

⁴ Soegeng Wahyudi, *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religius dan Kualitas Layanan* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022), 32.

⁵ Doni Juni Priarsa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 168.

didefenisikan 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.⁶

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Zhang dalam Hartini mengungkapkan bahwa terdapat dua variasi pendekatan dalam kualitas produk yaitu pendekatan kualitas yang obyektif dan kualitas secara subyektif. Pendekatan obyektif menekankan pada pandangan terhadap kualitas secara internal, melalui pendekatan produksi dan penawaran. Sedangkan pendekatan subyektif menekankan pada kualitas secara eksternal yaitu kesesuaian produk yang dihasilkan dengan pandangan eksternal yaitu keinginan atau harapan konsumen.⁷

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan entitas keuangan mikro syariah yang unik dan spesifik khas Indonesia. Kiprah KSPPS dalam melaksanakan fungsi dan perannya menjalankan peran ganda yaitu sebagai lembaga bisnis (*tamwil*) dan disisi yang lain melakukan fungsi sosial yakni menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana ZISWAF. Dana yang terkumpul dapat dimanfaatkan untuk kepentingan

⁶ Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018), 24.

⁷ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Gowa: Global Research and Consulting Institute, 2017), 17.

charity (amal), namun demikian sebagian KSPPS menyalurkan dan mendayagukannya lebih ke arah pemberdayaan, khususnya bagi pelaku usaha mikro mustahik.⁸

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya dikenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuwangi pada hari Senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di Jalan Raya Palengaan (Simpang Tiga Palduding) Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan. Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010.

Dalam perkembangan kelembagaan KSPPS NURI JATIM, pelayanan usaha simpan pinjam yang diberikan kepada anggota, bukan hanya ada di wilayah Kabupaten Pamekasan saja, melainkan juga menyebar ke wilayah Kabupaten Sampang dan Kabupaten Sumenep. Sehingga pada tahun 2014 Pengurus mengajukan alih bina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur

⁸www.pembiayaansyariahkukm.info diakses pada 3 Agustus 2023 pukul 15.23 WIB.

melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada 2019 resmi beralih status dari KSN JATIM menjadi KSPPS NURI JATIM.

KSPPS NURI JATIM melaksanakan kegiatan usaha menghimpun dana dalam bentuk simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan hari raya, simpanan berjangka, simpanan *walimatul ursy*, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan qurban, simpanan rumah tangga dan simpanan suka rela, serta memberikan pembiayaan untuk anggota atau calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya antara lain pembiayaan gadai emas, pembelian barang serba guna, modal usaha, modal pertanian, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah, gadai kendaraan, pembelian mobil dan motor, kebajikan barokah dan pembelian rumah sebagaimana diatur dalam undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.⁹

KSPPS NURI JATIM melakukan kegiatan *upgrading skill* karyawan untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk SISUKA yang diterima oleh anggota, serta meningkatkan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik. Sebelum melakukan *upgrading skill*, karyawan sudah dibekali dengan mengikuti pelatihan dan pengembangan berupa. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kompetensi karyawan bidang pelayanan prima atau *service excellent*, serta kemampuan memberikan pelayanan yang baik dan cepat. Selain itu, kegiatan

⁹<https://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> diakses pada 3 Agustus 2023 pukul 15.51 WIB.

ini juga mencakup peningkatan kompetensi dalam hal standarisasi pelayanan kepada anggota.¹⁰

Bentuk *upgrading skill* karyawan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah KSPPS NURI JATIM dengan mengikuti pelatihan antara lain:

1. Based Training, pada pelatihan ini, karyawan mempelajari kemampuan, keahlian, sikap, dan perilaku yang spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan dan KSPPS NURI JATIM. Karyawan diharapkan dapat meningkatkan mutu pekerjaannya agar dapat meningkatkan standar yang ditetapkan. Selain itu, juga dapat menjadi sumber informasi mengenai perbankan syariah.
2. Training skill, yaitu pelatihan yang bertujuan menambah pengetahuan karyawan tentang teknologi dan keterampilan lainnya di dunia perbankan.
3. Funding skill, yaitu pelatihan untuk karyawan bagian pembiayaan/marketing penghimpun dana;
4. Financing skill, yaitu pelatihan tentang hal-hal yang berhubungan dengan pembiayaan.
5. Elearning, yaitu proses pembelajaran dengan memanfaatkan bantuan teknologi informasi, sehingga dapat mempercepat proses pengembangan karyawan karena dapat diakses semua karyawan dimanapun dan kapanpun.

¹⁰<https://nurijatim.com/kspps-nuri-jatim-melakukan-upgrading-skill-karyawan-untuk-meningkatkan-pelayanan-anggota/> diakses pada 16 November 2023 pukul 19.20 WIB.

6. pengajian rutin dua kali dalam sebulan untuk menjaga kestabilan emosi dan spiritual karyawan.¹¹

Koperasi Syariah Nuri atau yang dikenal dengan KSPPS Nuri Jatim adalah salah satu pilihan terbaik yang menawarkan berbagai keuntungan finansial dan gaya hidup modern. Anggota KSPPS Nuri Jatim akan mendapatkan keuntungan berupa konsep syariah yang berkemajuan, bagian keuntungan dan tanggung jawab, produk keuangan yang diversifikasi, layanan digital terkini, edukasi keuangan, keanggotaan terbuka, dukungan komunitas. Keuntungan ini diharapkan agar anggota lebih paham akan keuangan dan berinvestasi.¹²

KSPPS Nuri Jatim mendapatkan penghargaan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) Republik Indonesia sebagai koperasi berprestasi tahun 2019. Penghargaan tersebut merupakan yang kedua, sebelumnya KSPPS Nuri Jatim sudah memperoleh penghargaan sebagai koperasi berprestasi pada tahun 2016. Penghargaan tersebut diberikan karena faktor pertumbuhan kelembagaan KSPPS Nuri Jatim yang terus meningkat dari segi pembukaan cabang barunya. Setiap tahun, cabang-cabang baru selalu dibentuk antara tiga sampai empat kantor. Ditambah lagi dengan peningkatan aset dan omset setiap tahunnya. Selain itu faktor lain yang menyebabkan KSPPS Nuri Jatim meraih penghargaan tersebut, yakni terpenuhinya prosedur dan ketentuan yang ditetapkan di masing-masing koperasi.¹³

¹¹Mirsal “Strategi Pengembangan Sumber daya Manusia dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Batusangkar”, Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. (6), (Oktober, 2017), 213-216

¹²<https://nurijatim.com/bergabung-bersama-koperasi-syariah-nuri-keuntungan-finansial-dan-kehidupan-modern/> diakses pada tanggal 16 November 2023 pukul 20.15 WIB.

¹³<https://nurijatim.com/kspps-nuri-jatim-raih-penghargaan-koperasi-berprestasi-tingkat-nasional/> diakses pada tanggal 16 November 2023 pukul 20.30 WIB.

Beberapa produk simpanan di KSPPS NURI Jatim menggunakan akad wadiah. Akad wadiah diartikan sebagai titipan murni dari suatu pihak ke pihak yang lain. Baik itu secara individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja. Penitip menghendaknya atau akad penitipan barang atau jasa antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan menjaga keselamatan, keamanan, dan keutuhan barang atau uang tersebut.

Salah satu akad yang sering digunakan dalam transaksi tabungan khususnya di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Nuri Jatim yang dimana akad itu adalah akad *wadiah* yang merupakan akad penitipan uang, dimana pihak yang dititipi boleh memanfaatkan uang tersebut. Akan tetapi jika uang itu rusak atau hilang, maka pihak yang dititipi harus bertanggung jawab atau menggantinya. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang di titipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang/aset yang di titipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam Islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif. Dengan prinsip ini, penyimpan boleh mencampur aset penitip dengan aset penyimpan yang lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Akan tetapi, keuntungan dari pengelolaan uang tersebut sepenuhnya menjadi milik koperasi, anggota tak punya hak atas keuntungan pengelolaan dananya itu. Namun umumnya, pihak koperasi akan memberikan bonus ke anggotanya secara sukarela.¹⁴

¹⁴ Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqih Muamalah II (Teori dan Praktik)* (Jepara: Unisnu Press, 2019), 17.

Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palduding tersebut memiliki simpanan suka rela atau disebut dengan Tabungan SISUKA yang mempunyai keunikan atau permasalahan tersendiri. Tabungan SISUKA sebagian besar dipilih anggota ataupun calon anggota karena uang yang dapat diambil sewaktu-waktu dan memiliki sistem jemput bola dimana anggota dapat dilayani dengan sistem antar jemput tabungan hal ini menjadikan produk SISUKA banyak diminati anggota ataupun calon anggota pada tabungan SISUKA (Simpanan Suka Rela). Simpanan Suka Rela adalah simpanan yang berupa uang atau barang yang dititipkan ke lembaga keuangan khususnya di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding dengan menggunakan akad *wadiah*, dalam hal tersebut pengelola bisa mempergunakan barang atau uang untuk dijalankan sehingga nantinya semisal mendapatkan bonus akan dibagi sesuai dengan hasil yang di peroleh.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kegiatan *upgrading skill* karyawan oleh KSPPS NURI JATIM untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk SISUKA yang diterima oleh anggota, serta meningkatkan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik agar anggota tetap loyal. Maka dari itu penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk SISUKA Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan?
2. Apakah kualitas produk sisuka berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk sisuka berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk sisuka terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk sisuka terhadap loyalitas anggota di KSPPS Nuri Jatim Kantor Cabang Palduding Pamekasan.

D. Manfaat penelitian

Dengan penelitian ini, harapan peneliti agar bisa bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang bahasan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk sisuka terhadap loyalitas anggota.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian selanjutnya. Serta menambah wawasan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas EBIS IAIN Madura, khususnya prodi Perbankan Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Palduding Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Palduding Pamekasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk SISUKA terhadap loyalitas anggotanya, agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Bagi Masyarakat / Anggota

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada masyarakat maupun anggota agar bisa menilai dan memilih produk akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹⁵ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar penelitian memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Adapun asumsi dasar dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM Kantor Cabang Calduding Pamekasan.
2. Kualitas produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM Kantor Cabang Paladuding Pamekasan.
3. Loyalitas anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM Kantor Cabang Palduding Pamekasan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.¹⁶ Hipotesis penelitian ini adalah:

Ha.1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

¹⁵ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), 17.

¹⁶ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27

pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM kantor cabang Paladuding Pamekasan.

Ha.2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM kantor cabang Palduding Pamekasan.

Ha.3 : Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM kantor cabang Palduding Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ada tiga variabel yang menjadi faktor kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari Kualitas Layanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan loyalitas Anggota (Y). Agar variabel yang menjadi fokus penelitian tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang diteliti, yaitu :

a. Kualitas Layanan¹⁷

- 1) *Assurance* (jaminan)
- 2) *Reliability* (kehandalan)
- 3) *Tangible* (bukti fisik)
- 4) *Empaty* (empati)
- 5) *Responsiveness* (daya tanggap)

b. Kualitas Produk¹⁸

¹⁷ Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018), 28

¹⁸ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 22

- 1) Tampilan (*features*)
- 2) Kinerja (*performance*)
- 3) Ketepatan/kesesuaian (*conformance*)
- 4) Ketahanan (*durability*)
- 5) Keandalan (*reliability*)
- 6) kemampuan layanan (*Service ability*)
- 7) Keindahan (*Aesthetics*)
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

c. Loyalitas Anggota¹⁹

- 1) Kepercayaan konsumen terhadap pasar
- 2) Komitmen emosional atau psikologi konsumen terhadap pasar
- 3) Respon konsumen tentang beban atau biaya yang di keluarkan
- 4) Perilaku promosi konsumen terhadap pasar
- 5) Sikap kerjasama konsumen terhadap pasar

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS

NURI JATIM Kantor Cabang Palduding Pamekasan.

¹⁹ Naufal Bachri, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Aceh Utara: SEFA BUMI PERSADA, 2018),
26

H. Defenisi Istilah

Tujuan definisi istilah untuk memahami dan menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian. Sebab itu peneliti menjelaskan akan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul ini, yaitu:

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan di definisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang di sertai dengan ketepatan dalam menyampaikanya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.²⁰

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Produkct Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.²¹

3. Loyalitas Anggota

Loyalitas adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu pasar berdasarkan sikap dan perilaku dalam pembelian ulang secara konsisten.²²

4. Simpanan Suka Rela (SISUKA)

Simpanan Suka Rela (SISUKA) adalah simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad Wadiah.²³

²⁰ Wiwik Sulistiyo wati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Umsida Press, 2018), 25.

²¹ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, 37

²² Naufal Bachri, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Aceh Utara: SEFA BUMI PERSADA, 2018)

15

²³ <https://nurijatim.com/simpanan/> diakses pada tanggal 16 November 2023 pukul 22.20 WIB.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan judul pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota pada produk SISUKA KSPPS NURI JATIM Cabang Palduding Pamekasan, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Piter Tiong tahun 2018 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati Di Makasar”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dari penelitian ini di peroleh R2 sebesar 0,974 atau 97%, dengan nilai thitung sub variabel Bukti Fisik (X1) 2,663; Keandalan (X2) 3,263; Daya Tanggap (X3) 4,329; Jaminan (X4) 2,616; Empati (X5) 2,265 > ttabel 1,980, dan nilai fhitung 179,292 > ttabel 2,621. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Riska Asnawi Nyonyie dkk tahun 2019 tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Transmart Bahu Manado”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier sederhana. Dari penelitian ini di peroleh R2 sebesar 0,725 atau 73%, dengan nilai thitung sub variabel Kualitas Produk (X) 15,740 > ttabel

²⁴Piter Tiong, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Primagum Sejati Di Makasar,” *Jurnal Seiko*, Vol. 1 No.2 (2018), 198.

1,986. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁵

3. Penelitian yang dilakukan oleh Bela Kristy Manihurup tahun 2023 tentang “Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Shopee Indonesia”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dari penelitian ini di peroleh nilai thitung sub variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) $4,667 > t_{tabel} 1,96$ sehingga kualitas produk dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan. Promosi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) $-0,645 < t_{tabel} 1,96$ dikatakan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) $-2,425 < t_{tabel} 1,96$ dikatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Promosi (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) $3,515$ dikatakan berpengaruhpromosi berpengaruh terhadap loyalitas. Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) $3,441 > t_{tabel} 1,96$ sehingga dikatakan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.²⁶
4. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Novrianto Mulyawan tahun 2016 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dari hasil penelitian ini di peroleh R2 sebesar 0,563 atau 56% dengan nilai

²⁵Riska Asnawi Nyonyie dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Transmart Bahu Manado,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 9 No.3 (2019), 22.

²⁶Bela Kristy Manihurup, “Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada PT Shopee Indonesia,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, Vol. 1 No.1 (April, 2023), 19.

signifikansi sub variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) $0,000 < 0,05$ sehingga kualitas layanan dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) $0,018 < 0,05$ dikatakan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen (Y1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) $0,018 < 0,05$ dikatakan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.²⁷

5. Penelitian yang dilakukan oleh Syafira Ulfa tahun 2018 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dari hasil penelitian ini di peroleh R2 sebesar 0,463 atau 46% dengan nilai signifikansi sub variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Z) $0,000 < 0,05$ sehingga kualitas layanan dikatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) $0,000 < 0,05$ dikatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan Nasabah (Y) terhadap Loyalitas Nasabah (Z) $0,000 < 0,05$ dikatakan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Z) dengan Kepuasan Nasabah (Y) sebagai variabel intervening $0,000 < 0,05$ kualitas layanan dikatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.²⁸

²⁷Ade Novrianto Mulyawan. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Barbasari*. SKRIPSI: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2016.

²⁸Syafira Ulfa. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)*. SKRIPSI: Universitas Negeri Islam Sumatera Utara, Medan, 2018.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Eri Setiadi tahun 2022 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Depok”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier sederhana. Dari hasil penelitian ini di peroleh R2 sebesar 0,641 atau 64% dengan nilai thitung sub variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) $0,397 > t$ tabel 0,202 sehingga kualitas layanan dikatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.²⁹

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Piter Tiong	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati Di Makasar	Peneliti terdahulu menggunakan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Y	Peneliti terdahulu menggunakan Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati sebagai Variabel X
2.	Riska Asnawi Nyonyie dkk	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Transmart Bahu Manado	Peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Produk sebagai Variabel X dan Loyalitas	Peneliti terdahulu tidak menggunakan Kualitas Layanan sebagai Variabel X

²⁹Eri Setiadi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Depok*. SKRIPSI: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022.

			Pelanggan sebagai Variabel Y	
3.	Bela Kristy Manihurup	Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Shopee Indonesia	Peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Produk sebagai Variabel X	Peneliti terdahulu menggunakan Promosi sebagai Variabel X, Kepuasan Pelanggan Variabel Y, dan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Z
4	Ade Novrianto Mulyawan	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari	Peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Layanan dan Kualitas Produk sebagai Variabel X. Layanan Pelanggan sebagai Variabel Y	Peneliti terdahulu menggunakan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening
5	Syafira Ulfa	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi	Peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Layanan sebagai Variabel X	Peneliti terdahulu menggunakan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Z dan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Y

		Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)		
6	Eri Setiadi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Depok	Peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Layanan sebagai Variabel X dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Y	Peneliti terdahulu menggunakan tidak menggunakan Kualitas Produk sebagai Variabel X