

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini tingkat persaingan dalam dunia usaha menjadi bertambah ketat. Banyak badan usaha yang membangun usaha kecil menengah yang memerlukan modal, atau industri kecil yang sedang berkembang memerlukan modal tambahan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya ditengah persaingan perekonomian yang semakin marak. Hal ini berkaitan dengan salah satu tujuan yang penting dan harus diusahakan oleh semua jenis usaha yaitu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang lama (*going concern*), kegiatan usaha pun kadang kala mengalami pasang surut seiring dengan terpaan persaingan untuk mendapatkan modal tambahan. Ini pula yang menjadikan tantangan bagi suatu perusahaan untuk memiliki citra merek dan kualitas pelayanan yang unggul serta kepuasan nasabah dengan tujuan mempertahankan nasabah setianya dan meningkatkan jumlah nasabah.¹

Berbagai peristiwa di bidang lembaga keuangan dan krisis moneter telah mengakibatkan tingkat loyalitas nasabah pada sistem lembaga keuangan di Indonesia menurun. Saat ini sektor perbankan telah mengalami persaingan yang sangat ketat. Industri perbankan saat ini telah menyadari bahwa anggota tidak hanya mempertimbangkan faktor bunga atau kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk lembaga keuangan, tetapi yang dicari oleh anggota adalah apa

¹ Budiarto Nugroho, Iwan Kurniawan Subagja, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol.6. No. 1 Januari, 2018, 28.

yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan anggota. Faktor-faktor tersebut menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan dari suatu lembaga keuangan.²

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*).³

Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubung dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respon terhadap perubahan permintaan pasar (*flexibility to meet customer demand market changes, responded to costumer market*).⁴

Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antar *ekspektasi* (harapan) dengan kinerja (hasil). Menurut Lupiyoadi, kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana suatu layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

² Hilyatul Azizah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Management Analysis Journal*, Vol.1 No.2 November. 2012, 23.

³ Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado) *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol.3 ,No.1, 2014, 21.

⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor:Ghalia Indonesia,2010),91.

pelanggan.⁵ Citra atau image berkaitan dengan reputasi sebuah merek atau perusahaan.

Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau perusahaan. Citra perusahaan di definisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan pelanggan. Citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti nama, bangunan, produk atau jasa, untuk memengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan.⁶

Menurut Kasali, Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberi manfaat lebih bagi orang lain, sedangkan Citra perusahaan merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya.⁷ Citra perusahaan adalah salah satu variabel penting, baik citra positif maupun negatif, karena citra juga memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung pada tingkat kepuasan.⁸

Menurut Howard dan Sheth, minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat pembelian adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk

⁵ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 25.

⁶ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Unitomo Press: Surabaya, 2019, 94.

⁷ Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi, "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank Bjb Cabang Serang)", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol.1 (2), November, 2017, 160.

⁸ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, S(Sleman : Pustaka ilmumu, 2019), 92.

melakukan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut maka minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan untuk memiliki barang tersebut.⁹

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat adalah sebagai suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian yang besar terhadap objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari hinggaakhirnya membuktikan lebih lanjut tentang objek tersebut.¹⁰

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama dalam pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa minat menabung anggota merupakan suatu persepsi pelanggan yang harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dan kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi suatu perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menambah daya tarik terhadap produknya.

⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 164.

¹⁰ Nurul Khotimah, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri," *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05, No.01 (April 2018), 40.

KSPPS NURI JATIM sebagai lembaga keuangan non bank, berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia dengan tujuan yang akan dicapai yaitu menjadi masyarakat sejahtera. Karena koperasi dirasa menjadi kebutuhan bagi masyarakat ber perekonomiam kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya KSPPS NURI JATIM membuka kantor pelayanan yang hampir disetiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap kabupaten di tanah jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi ummat berbasis syariah.¹¹

Dalam kondisi persaingan yang ketat, KSPPS NURI JATIM tetap berusaha menyediakan berbagai produk dan layanan yang memiliki keunggulan dari pesaing dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan anggota, untuk menarik dan mempertahankan nasabah, KSPPS NURI JATIM perlu memberikan layanan dan membangun citra perusahaan yang positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Julia Rika tentang analisis kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat menabung pada credit union keling kumang cabang ahmad yani pontianak, hasil penelitiannya adalah kualitas layanan dan citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Miki Ambarwati, Sunarti dan Mukhammad Kholid Mawardi tentang pengaruh Citra Merek (Citra Perusahaan, Citra Konsumen dan Citra Produk) terhadap Minat beli, citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat.¹² Peneliti tertarik untuk melakukan

¹¹ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <https://NURIJATIM.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 21November 2023 pukul 19:35.

¹² Miki Ambarwati, Sunarti dan Mukhammad Kholid Mawardi Pengaruh Citra Merek terhadap Minat beli, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.25, No.1 (Agustus, 2015),1.

penelitian lanjutan melihat adanya kesenjangan dari hasil penelitian diatas dengan topik yang sama dan objek yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Lembaga Keuangan Mikro Syariah terhadap Minat Menabung Anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?
2. Apakah citra lembaga keuangan mikro syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?
3. Apakah kualitas layanan dan citra lembaga keuangan mikro syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga keuangan mikro syariah terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra lembaga keuangan mikro syariah terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang bahasan pengaruh kualitas layanan dan citra lembaga keuangan mikro syariah terhadap terhadap minat menabung anggota.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian selanjutnya. Serta menambah wawasan keilmuan bagi Mahasiswa IAIN Madura, khususnya Prodi Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan citra lembaga keuangan mikro syariah terhadap minat menabung anggota, agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Bagi Masyarakat

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

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan sumber informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Ada tiga variabel yang menjadi faktor kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari Kualitas Layanan (X1), Citra Lembaga Keuangan Mikro Syariah (X2) dan Minat Menabung (Y). Agar variabel yang menjadi fokus penelitian tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang diteliti, yaitu :

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan termasuk pada variabel bebas/*independent* (X1). Adapun indikator dari kualitas layanan menurut Othman dan Owen adalah sebagai berikut:¹³

- 1) Kepatuhan (*Compliance*)
- 2) Jaminan (*Assurance*)
- 3) Keandalan (*Reabilty*)
- 4) Empati (*Tangible*)
- 5) Bukti fisik (*empaty*)
- 6) Daya tanggap (*Responsivenes*)

b. Citra Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Citra lembaga keuangan mikro syariah termasuk pada variabel bebas/*independent* (X2). Adapun indikator dari Citra lembaga keuangan mikro syariah adalah sebagai berikut:¹⁴

- 1) Pengenalan (*Recognition*)
- 2) Reputasi (*Reputation*)
- 3) Daya tarik (*Affinity*)
- 4) Kesetiaan (*Loyalty*)

c. Minat Menabung Anggota

Minat menabung anggota termasuk pada variabel terikat/*dependent* (Y). Adapun indikator dari minat menabung adalah sebagai berikut:¹⁵

- 1) Minat Transaksional
- 2) Minat Referensial

¹³ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank*, 27-35.

¹⁴ Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan*, 99-100.

¹⁵ Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 45.

3) Minat Prefensial

4) Minat Eksploratif

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹⁶ 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 meningkatkan minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.
2. Citra lembaga keuangan mikro syariah merupakan faktor yang dapat meningkatkan minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.
3. Minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan citra lembaga keuangan mikro syariah.

¹⁶ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), 17.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.¹⁷ Hipotesis penelitian ini adalah:

- Ha.1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.
- Ha.2 : Citra lembaga keuangan mikro syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Pakong Pamekasan.
- Ha.3 : Kualitas pelayanan dan Citra lembaga keuangan mikro syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul proposal skripsi ini, yaitu :

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).¹⁸

¹⁷ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27.

¹⁸ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 25.

2. Citra Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Citra Lembaga Keuangan Mikro Syariah berhubungan dengan fisik dan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti nama, bangunan, produk atau jasa, untuk memengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan.¹⁹

3. Minat

Minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.²⁰

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 citra lembaga keuangan mikro syariah terhadap minat menabung anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan Nazaruddin Aziz Dan Vito Shiga Hendrastyo Dengan Judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang, Metode Penelitian menggunakan kuantitati dengan jenis kausal. Hasil R Square 0,725 atau 72,5 %. Untuk variabel kualitas layanan (X1) nilai t hitung > t tabel, yaitu $5,971 > 1,6725$ atau nilai

¹⁹ Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan*, 94.

²⁰ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 164.

signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$.. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan kualitas layanan (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah. Untuk variabel kepercayaan (X2) nilai t hitung $-1,301 < 1,6725$ atau nilai signifikansi $0,198 > \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh signifikan dan negative terhadap minat nasabah Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini tidak dapat diterima. Untuk variabel promosi (X3) nilai t hitung adalah 3,220 atau nilai sig adalah 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan promosi (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja pegawai. Sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima.²¹

2. Fitri Al Faqih, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan *Marhamah* Pt Bank Sumut KCP Syariah Karya. Metode penelitian yakni kuantitatif deskriptif, dengan jumlah sampel sebanyak 87 nasabah dengan menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian kualitas layanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah berdasarkan uji f dengan nilai sig sebesar 0,002. Sedangkan secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat sig 0,012 dan bagi hasil berpengaruh dan signifikan dengan tingkat sig 0,058.²²

²¹ Nazaruddin Aziz Dan Vito Shiga H, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang". *Jurnal Pundi*, Vol.03, No. 03, November 2019.

²² Fitri Al Faqih, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan *Marhamah* Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya menggunakan metode analisis linear berganda. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 11 No. 1, 2020.

3. Julia Rika, Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung pada Credit Union Keling Kumang Cabang Ahmad Yani Pontianak. Dalam penelitian ini, menggunakan bentuk penelitian kausalitas dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil analisa uji F menyatakan bahwa secara simulltan kualitas layanan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Minat Menabung. Hasil uji t secara parsial menunjukkan kualitas layanan dan Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Minat Menabung. Selain itu nilai koefisien determinasi memperoleh R square sebesar 0,613 yang artinya, variabel bebas mempengaruhi variabel terikat sebesar 61,30% sedangkan sisanya 38,70% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian..²³
4. Cahya Amalia Rizkulillah, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis dan uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penellitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan nilai sig. $0.097 < 0.10$, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan nilai sig. $0.181 > 0.10$, citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan) nilai sig. $0.030 < 0.10$. dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan sig. $0.000 < 0.10$. Selain itu, hasil penelitian juga menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan

²³ Julia Rika, Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung pada Credit Union Keling Kumang Cabang Ahmad Yani Pontianak, *Bisma*, Vol 7. No 11, Maret , 2023.

dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung anggota dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,10$.²⁴

Tabel 1

Persamaan dan Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nazaruddin Aziz Dan Vito Shiga Hendrastyo	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang	Varibel X1 Kualitas Layanan dan Y Minat Nasabah, Metode Kuantitatif	Penelitian Nazaruddin Aziz Dan Vito Shiga Hendrastyo menggunakan 3 Variabel X, sedangkan peneliti menggunakan dua variabel X, kualitas layanan (X1) Citra lembaga keuangan mikro syariah(X2).
2.	Fitri Al Faqih,	Pengaruh Kualitas	Varibel X1 Kualitas	penelitian Fitri Al Faqih, Bagi Hasil.

²⁴ Cahya Amalia Rizkulillah, et:al. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi, *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*, Volume 2 Nomor 1 Januari 2022.

		Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan <i>Marhamah Pt</i> Bank Sumut KCP Syariah Karya	Pelayanan Y Minat Nasabah, Metode Kuantitatif	sebagai Variabel X2. Sedangkan peneliti Variabel X2 adalah lembaga keuangan mikro syariah(X2)
3	Julia Rika,	Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung pada Credit Union Keling Kumang Cabang Ahmad Yani Pontianak	Varibel (X) Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan dan Y Minat Nasabah, Metode Kuantitatif	Penelitian Julia Rika, objeknya Cabang Ahmad Yani Pontianak sedangkan peneliti KSPPS NURI Jatim Cabang Pakong Pamekasan.
4	Cahya Amalia Rizkulillah,	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,	Varibel (X) Kualitas Layanan dan Citra	Penelitian Cahya Amalia Rizkulillah

	et: al	Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi,	Perusahaan dan Y Minat Nasabah, Metode Kuantitatif	menggunakan 3 Variabel X, sedangkan peneliti menggunakan dua variabel X, kualitas layanan (X1) Citra lembaga keuangan mikro syariah(X2).
--	--------	---	---	--