

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah seperti Baitul Mal wa Tamwil semakin berkembang, seperti yang ditunjukkan oleh perkembangan BMT saat ini, dan banyaknya lembaga keuangan yang ada di berbagai kabupaten. Lembaga keuangan mikro berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan usaha masyarakat, memberikan pinjaman dan pembiayaan pada skala mikro kepada masyarakat, hal tersebut dijelaskan dalam UU No 1 tahun 2013. Lembaga keuangan merupakan lembaga yang bergerak dibidang jasa yang bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk dan jasa keuangan kepada anggota. Secara kelembangaan, BMT disamakan dengan badan hukum koperasi. BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dalam pelaksanaannya didasarkan pada ajaran syariah Islam. Dengan 4.500 BMT yang tersebar di seluruh Indonesia, BMT adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang telah berkembang pesat dan diterima oleh masyarakat (data KNEKS 2018).

Dalam hal pemberian pelayanan BMT menjalankan dua fungsi utama yaitu fungsi baitul maal atau fungsi sosial yaitu berupa tolong menolong, dan fungsi tamwil, sebagai fungsi bisnis yaitu memberikan keuntungan berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah. Penggunaan jasa keuangan saat ini sudah umum, terutama bagi penduduk kabupaten. Dengan persaingan yang semakin ketat, menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan setia mereka agar mereka tidak beralih ke layanan keuangan lain. Untuk mempertahankan pelanggannya, perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik dan menyediakan produk dan jasa.

Adapun prioritas utama bagi lembaga keuangan adalah bagaimana penerapan kualitas pelayanan yang diterima nasabah. Oleh karena itu, pihak lembaga selalu berusaha untuk memprioritaskan pelayanan yang responsif dan prima bagi para nasabah, karena hal tersebut merupakan syarat mutlak bagi lembaga untuk mencapai suatu keberhasilan. Pihak lembaga memerlukan pendekatan untuk mempertahankan kesetiaan nasabah kepada BMT. Agar nasabah tetap loyal kepada BMT, maka pihak lembaga memerlukan strategi untuk menjaga kesetiaan tersebut, adapun strategi yang digunakan yaitu dengan cara memberikan kemudahan kepada para nasabah dengan cara mendatangi nasabah yang ingin bertransaksi menggunakan jasa pada lembaga tersebut, serta disediakan aplikasi untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi yaitu bisa

melalui BMT mobile, selain itu pihak BMT melakukan survei atau observasi, hal tersebut dilakukan pihak lembaga agar dapat mendapatkan kritik dan saran yang berguna untuk mengembangkan kualitas pelayanan yang lebih baik, serta memudahkan para nasabah terkait informasi dan komunikasi yang diperoleh agar memudahkan nasabah dengan cara mengakses melalui *webbsite* atau *link* yang tersedia. Terdapat juga jasa pelayanan bagi para nasabah yang memiliki pinjaman atau kredit apabila ingin melakukan pembayaran angsuran dapat bertransaksi melalui rekening BMT yang telah bekerjasama dengan pihak Lembaga, hal ini dijelaskan oleh Mutmainnah (2018).

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, semakin banyak pula pilihan pemuasan pelanggan, yang awalnya hanya sekedar pemenuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*). Sebagaimana yang dijelaskan Soemitra, (2009) dalam Fajrin Erinawati (2021) mengenai fungsi dari sistem keuangan yaitu sebagai media penyedia mekanisme pembiayaan seperti halnya penyediaan dana untuk pembiayaan atau kredit, sebagai alat tukar uang, dan sebagai sarana mobilitas. Adapun strategi yang dilakukan pihak BMT dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan dan penyediaan produk yang prima. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Octavia, (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk lembaga kepada nasabah. Jika pelayanan dan penyediaan produk kepada nasabah dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan loyalitas. Nasabah yang loyal pada lembaga keuangan dapat menjadi market bagi lembaga tersebut dengan cara memberikan informasi kepada orang-orang terdekat mengenai produk dan jasa pada lembaga keuangan bahwasannya lembaga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Kepuasan nasabah dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan bagian *Frontliner* seperti *Customer Service*, *Teller*, dan juga bagian *Marketing* karena bagian-bagian tersebut yang merupakan garda terdepan lembaga dalam menghadapi nasabah secara langsung. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan elemen yang saling berkaitan untuk mencapai loyalitas nasabah. Apabila nasabah menyukai pelayanan BMT dapat dilihat dari perasaan puas atau tidaknya dengan pelayanan yang diterima, maka dapat dilihat dari kesetiaan nasabah dengan dibuktikan nasabah tetap menggunakan produk dan jasa yang disediakan lembaga. Jika pelayanan dan penyediaan produk kepada nasabah dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan loyalitas. Menurut Fahmi (2019) menyatakan bahwa Nasabah yang loyal pada lembaga dapat menjadi sarana marketing bagi lembaga itu sendiri dengan memberikan informasi

kepada kerabat terdekat serta merekomendasikan lembaga keuangan kepada calon nasabah baru, hal tersebut membuktikan bahwa nasabah tersebut loyal terhadap lembaga sehingga lembaga dapat meningkatkan profit.

Nasabah dapat dikatakan loyal ketika nasabah memiliki komitmen untuk terus berlangganan kembali atau membeli produk dan jasa yang disediakan BMT selama nasabah merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan lembaga. Pendapatan yang diperoleh lembaga berasal dari dana yang dihimpun lembaga, contohnya beberapa produk simpanan serta produk pinjaman yang akan memberikan bagi hasil atau margin sesuai kesepakatan awal. Jika lembaga tidak menawarkan produk dan jasa yang menarik bagi nasabah maka bisa dikatakan sulit untuk menjaga nasabah tetap loyal. Loyalitas nasabah yang tinggi kepada lembaga akan menjadikan lembaga selalu berusaha untuk mempertahankan kinerja yang telah dibangun dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Loyalitas nasabah dapat diartikan sebagai sebuah kecenderungan tingkah laku yang membeli suatu barang secara berulang-ulang dan konsisten yang apabila dilakukan dalam waktu yang lama akan menimbulkan kesetiaan terhadap suatu produk dan perusahaan penyedia (Bara, 2019).

Tujuan agar tercapainya kepuasan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas dan menciptakan hubungan yang baik kepada para nasabah. Nasabah akan kembali menggunakan produk atau layanan yang sama apabila pada penggunaan sebelumnya merasa puas dengan manfaat produk ataupun layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan adalah suatu jawaban terhadap hal-hal yang sesuai maupun tidak sesuai yang hadir diantara keinginan awal yang dimiliki dengan hasil produk setelah penggunaan (Bara, 2019). Pernyataan ini didukung oleh (Razak, Baheri, & Ramadhan, 2018), saat lembaga menawarkan produk dan jasa dengan pelayanan yang baik, dan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah seperti halnya memudahkan nasabah dalam bertransaksi, memberikan fasilitas yang nyaman serta memberikan keyakinan kepada para nasabah maka nasabah akan merasakan puas dan tetap setia menjadi bagian dari lembaga tersebut.

Mertapada kulon merupakan desa yang terletak dikecamatan Astanajapura kabupaten Cirebon di provinsi Jawa Barat. Desa mertapada kulon merupakan kampung yang dulunya bernama Mertalaya yang memiliki arti merta yaitu tempat dan laya yaitu senang, aman dan makmuk. Syekh Arifin merupakan mubaligh yang berasal dari Bagdad yang menyebarkan agama islam ditanah cirebon. Setelah beliau meninggal

diganti oleh Kyai Raden Ampunantara lalu setelah beliau diganti lagi oleh Nyai Mursifah yang kelak akan membagi mertapa menjadi dua yaitu mertapada kulon (barat) dan mertapada wetan (timur). BMT NU Sejahtera Astanajapura merupakan salah satu cabang yang terletak di Jawa Barat. BMT NU Sejahtera Astanajapura didirikan pada tanggal 23 April 2019, beralamat di Jl. Kh. Wahid Hasyim Mertapada Kulon Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon, memiliki jumlah karyawan sebanyak 4 orang. Visi BMT NU Sejahtera Astanajapura adalah menjadi koperasi pemberdaya ekonomi umat yang mandiri dengan landasan syariah. Sedangkan Misi dari BMT NUS itu sendiri adalah

- Menjadi penyelenggara layanan keuangan syariah yang prima
- Menjadi model pengelola keuangan umat yang efisien, efektif, transparan, dan profesional
- Mengembangkan jaringan ekonomi syariah
- Mengembangkan sistem ekonomi umat yang berkeadilan sesuai syariah.

Adapun produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT NU Sejahtera Astanajapura berupa jasa simpanan dan simka (simapanan berjangka) adapun yang termasuk pada produk simpanan yaitu sebagai berikut (simpanan wadiah, simpanan pendidikan, simpanan qurban, simpanan haji, simpanan pensiunan, simpanan saham, simpanan pokok dan simpanan wajib) terdapat pula jasa pembiayaan diantaranya yaitu (murobahah dan musyasrokah).

Pada BMT NU Sejahtera Astanajapura, masih banyak hal-hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Berdasarkan survei ketempat lokasi, dan hasil wawancara pada tanggal 1 Agustus 2024 dengan bapak Angga Saputra selaku manager pimpinan cabang, beliau menyampaikan bahwa tidak sedikit kendala terkait kurangnya SDM sehingga peneliti menemukan beberapa permasalahan diantaranya yaitu *frontliner* yang hanya ada satu anggota sehingga menjadikan keterlambatan dalam hal pelayanan. Tidak jarang disaat nasabah menanyakan terkait produk simpanan, bagian *frontliner* tidak terlalu bisa menjawab pertanyaan nasabah karena tidak terlalu menguasai produk simpanan tersebut sehingga tidak dapat membantu nasabah, dan terkadang bagian *frontliner* kurangnya memiliki inisiatif untuk mempelajari produk dan jasa BMT selain yang berhubungan dengan operasional. Dikarenakan konsekuensi dari rekrutmen yang tidak menitikberatkan keahlian di bidang keuangan, maka BMT NU Sejahtera Astanajapura memberikan pelatihan kepada karyawan dengan tujuan agar dapat

memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas.” Pernyataan tersebut sesuai dengan salah satu misi BMT NU NU Sejahtera yaitu “Memberikan pelayanan prima sebagai ciri khas BMT NU Sejahtera Astanajapura. BMT NU Sejahtera juga memiliki strategi khusus untuk menjalin hubungan baik dengan para nasabah, bapak Angga Saputra menyampaikan “Strategi kita untuk mempertahankan nasabah pertama dengan silaturahmi, kemudian sesekali memberikan *souvenir* atau hadiah dan parcell saat lebaran untuk nasabah”. Selain itu berdasarkan observasi yang dilakukan untuk kedua kalinya pada 28 September 2024 ditemukan bahwa BMT NU Sejahtera Astanajapura sangat memperhatikan kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan usaha pemenuhan kebutuhan nasabah seperti mendatangi nasabah secara langsung atau (*door to door*) ketika nasabah berhalangan datang ke BMT, serta menyediakan sarana aplikasi untuk mempermudah nasabah dalam hal bertransaksi dengan disediakannya BMT Mobile dan rekening BMT untuk mempermudah nasabah dalam hal bertransaksi secara online. Hal tersebut didukung oleh peneliti Kolodinsky, Hogarth dan Hilgert (2004) dalam Thanh (2020), e-banking mencakup berbagai layanan yang berbeda, seperti transaksi langsung untuk pembayaran tagihan (BMT Mobile), transfer uang elektronik, dan sebagainya. Merupakan layanan yang semakin penting dalam aktivitas lembaga. Upaya yang selalu dilakukan pihak BMT yaitu dengan cara selalu menjaga komunikasi yang baik dengan disediakannya admin yang memantau *WhatsApp* agar selalu cepat tanggap merespon nasabah, selalu berusaha menepati janji dengan nasabah seperti menyiapkan seluruh keperluan transaksi dalam kurun waktu H-1 dari hari janji.

BMT NU Sejahtera Astanajapura selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar para nasabah merasa puas dengan apa yang diberikan lembaga namun, terdapat beberapa keluhan terkait apa yang dirasakan selama menjadi nasabah di BMT NU Sejahtera Astanajapura pada tahun 2020 sampai dengan 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1. Keluhan Nasabah

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Nasabah yang Mengeluh Pada Tahun		
		2020	2021	2022
1.	Kekurangan jumlah karyawan <i>Frontliner</i> memengaruhi proses pelayanan nasabah	3	4	4
2.	Promosi yang diberikan BMT kurang gencar	2	2	3
3.	Pemahaman produk BMT oleh <i>Frontliner</i> perlu ditingkatkan	1	2	2
Total		6	8	9

Sumber: BMT NU Sejahtera Astanajapura, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BMT. Jika nasabah telah merasakan ketidakpuasan, maka sulit bagi lembaga untuk mendapatkan dan mempertahankan loyalitas nasabah yang menjadi kunci dari kelangsungan operasional suatu lembaga dalam sektor keuangan.

BMT NU Sejahtera Astanajapura perlu mempertimbangkan keseimbangan antara kualitas fasilitas, pelayanan dan informasi agar tercapainya kepuasan nasabah sehingga nasabah akan loyal terhadap lembaga. BMT NU Sejahtera Astanajapura mengupayakan agar selalu meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara melakukan hal-hal yang dapat mempengaruhi pada kepuasan nasabah, seperti halnya kualitas fasilitas, dan pelayanan serta sosialisasi yang berhubungan dengan *Service Excellent* ataupun yang berhubungan dengan bagian *Frontliner* untuk memperdalam *skill* karyawan dalam pelayanan kepada nasabah, menyediakan sarana fasilitas yang memadai untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Menurut Rangkuti (2009) dalam Herlambang & Komara (2021) menjelaskan terkait tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan akan tetapi harus dipandang dari sudut penilaian pelanggan.

Zeithaml, Berry, Windansuri dan Hyacintha (2017) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi sebagai penentu kualitas pelayanan yang disebut SERVQUAL atau *service quality* yang dapat dijelaskan masing-masing sebagai berikut: 1. bukti fisik (*tangibles*), menggambarkan bentuk fisik dan kehadiran para pengguna. 2. kehandalan (*reliability*), kemampuan dalam pelayanan yang akurat. 3. daya tanggap (*responsiveness*), yang diwujudkan dengan kesediaan terhadap pelanggan dengan perhatian yang tepat. 4. empati (*empathy*), peduli dan perhatian setiap orang terhadap para nasabah. 5. jaminan (*assurance*), kesopanan karyawan serta memiliki wawasan pengetahuan luas sehingga memberi kepercayaan dan keyakinan akan kualitas layanan yang ada. Selain itu pelayanan pada BMT NU Sejahtera Astanajapura selalu berupaya dalam meningkatkan dalam hal pelayanan, diantaranya yaitu dengan cara memperluas jaringan kerjasama dengan lembaga lain diantaranya yaitu dengan cara terjun langsung ke rumah nasabah serta pasar dan bekerjasama dengan lembaga pendidikan sebagai bentuk upaya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan.

BMT NU Sejahtera Astanajapura yang beralamat di Jl. Kh. Wahid Hasyim Mertapada Kulon Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon, dalam hal lokasi dan tempat sudah bisa dikatakan strategis karena lokasi yang mudah diakses. Namun dalam hal luas bangunan masih dikatakan minimalis.

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah 2020-2022

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	217
2020	179
2021	156
2022	189
2023	200

Sumber : BMT NU Sejahtera Astanajapura, (2023)

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura sempat mengalami penurunan akibat Covid-19 dan mulai stabil kembali setelah dua tahun kemudian yaitu pada tahun 2022 mengalami kenaikan dan mulai stabil kembali pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2023 walaupun masih terbilang menurun namun sudah cukup stabil kembali, dari pemaparan yang telah disampaikan peneliti di atas dapat menyimpulkan bahwa tingkat loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sehingga implementasi pelayanan yang baik dan prima dapat menghadirkan kepuasan dari nasabah.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *Research Gap* yang peneliti peroleh dari penelitian terdahulu diantara yaitu dijelaskan oleh Febriani (2024) dalam judul pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko milano parfum yang menjelaskan bahwa pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Rusan (2022) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh *Sharia Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Tabungan Syariah di BMT Huwaiza Depok) diperoleh hasil yaitu *Sharia marketing* dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui variabel kepuasan anggota menggunakan jasa Tabungan Syariah di BMT Huwaiza Depok secara simultan. Adapun menurut Sarwini dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang diperoleh Hutasoit dengan judul Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. Adapun hasil yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun jika dilihat secara bersamaan terkait kualitas layanan, promosi dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adapun Hasil yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Selain itu terdapat pula perbedaan variabel yang dilakukan peneliti dan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada variabel *shariah marketing*, promosi, kualitas produk, citra merek dan citra perusahaan. Sedangkan variabel yang peneliti gunakan hanya terdapat tiga variabel diantaranya yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan dinilai sangat penting dalam usaha menciptakan loyalitas nasabah hal ini dibuktikan oleh Jeany (2020), Rahayu (2022) dan Qomarsyah (2023) yang menyampaikan bahwa pelayanan yang berkualitas telah diterapkan oleh lembaga berpengaruh baik terhadap loyalitas nasabah.

Kepuasan nasabah dapat dilihat pula dari seberapa sering nasabah tersebut menggunakan produk dan jasa pada lembaga, hal ini dibuktikan oleh penelitian dari Astuti (2019), Lestari (2022), dan Makfiroh (2024) Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang cenderung akan menyebabkan pelanggan berperilaku positif, dan akan setia dengan menggunakan produk dan jasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura Cirebon”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini akan dibagi menjadi beberapa sub diantaranya yaitu identifikasi masalah, pembatasan masalah dan rumusan masalah, dari ketiga poin tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah *Frontliner (Teller)* yang masih dikatakan kurang banyak dapat memengaruhi kelambatan dalam hal pelayanan nasabah apabila lembaga sedang dalam keadaan ramai.
 - b. Dalam memberikan pelayanan bagian *Teller* masih kurang berinisiatif untuk memberikan penjelasan kepada para nasabah terkait produk yang digunakan.
 - c. Kurangnya pemahaman dalam menjelaskan produk dan jasa oleh pihak lembaga, sehingga menjadi kendala apabila nasabah menanyakan produk dan jasa lembaga dan karyawan tidak dapat memberi penjelasan yang pasti untuk nasabah.
 - d. Promosi yang diberikan oleh BMT NU Sejahtera Astanajapura masih kurang memadai dan menarik.
2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dilampirkan di atas, banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Agar pembahasan jelas dan mudah di fahami, maka dari itu peneliti membatasi pembahasan agar tidak meluas:

- a. Penelitian berfokus pada kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura.
 - b. Penelitian dilakukan agar dapat mengetahui hal-hal apa saja yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap tingkat loyalitas nasabah BMT NU Sejahtera Astanajapura.
 - c. Penelitian di lakukan pada BMT NU Sejahtera Astanajapura yang berlokasi di Jl. Kh. Wahid Hasyim Mertapada Kulon Kecamatan Astanajapura Cirebon
 - d. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 67 sampel (nasabah).
3. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang tersebut diatas, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura
- b. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura
- c. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan simultan terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura.
- b. Untuk menganalisis kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura.
- c. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan simultan terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU Sejahtera Astanajapura.

D. Kegunaan Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan membawa manfaat sekurang-kurangnya-dapat berguna sebagai sarana pembelajaran dan dapat menambah wawasan pemikiran mengenai pengetahuan terhadap loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis, Penelitian ini diharapkan berguna untuk menjadi referensi bagi pengembangan ilmu serta teori yang berkaitan bagi mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon khususnya Jurusan Perbankan Syariah (FEBI).
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk melatih kemampuan menulis dalam melakukan penelitian serta mengetahui lebih jauh tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BMT NU Sejahtera Astanajapura.
- c. Bagi Lembaga, Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk implementasi serta menjadi bahan evaluasi bagi lembaga keuangan syariah.
- d. Bagi pihak terkait, hasil penelitian ini bisa dijadikan salah satu bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Dalam memudahkan penyusunan skripsi ini peneliti mengelompokkan laporan menjadi lima sub bab, dimana sub-sub bab ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang yang berisikan tentang alasan peneliti memilih judul penelitian dan gambaran umum dari masing-masing variable. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Rumusan Masalah berisi tentang pertanyaan mengenai latar belakang masalah. Manfaat penelitian berisi tentang manfaat yang dapat digunakan oleh peneliti maupun pihak yang bersangkutan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang berisi tentang teori yang bersangkutan dengan variabel penelitian. Penelitian yang relevan yang berisi tentang hasil penelitian yang membahas masalah yang serupa. Kerangka berpikir berisi tentang sistematika penyusunan skripsi dari awal sampai selesai. Hipotesis berisi tentang kemungkinan yang dapat terjadi dari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitian yang berisi tentang cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Waktu dan tempat penelitian dilakukan. Subyek penelitian, dalam penelitian ini yaitu nasabah BMT NU Sejahtera Astanajapura. Populasi dan sampel yang berisi tentang subyek maupun obyek yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data berisi tentang metode-metode yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Teknik menganalisis data dan pengujian keabsahan data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian. Pembahasan mengenai pengaruh yang terjadi pada masing-masing variabel yang sesuai dengan rumusan masalah. Pengujian kebenaran teori dengan data yang didapat dilapangan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini terdiri dari kesimpulan hasil penelitian dari rumusan masalah penelitian dan saran yang dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pengetahuan bagi pembaca ataupun pihak lain.