

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank ataupun lembaga keuangan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak ada satupun negara modern yang menjalankan kegiatan ekonominya tanpa melibatkan bank ataupun lembaga keuangan.¹Banyaknya bank dan lembaga keuangan syariah baru, akan menjadikan persaingan ketat. Bagi seorang konsumen atau nasabah hal tersebut akan membuat mereka lebih selektif didalam memilih bank yang menjamur. Lembaga keuangan syariah sebagai bank pada awal berdirinya mempunyai tujuan untuk bisa bermuamalat dalam bidang ekonomi yang sesuai dengan syariah Islam. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, kualitas produk merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah nasabah. Meskipun pada mulanya lembaga keuangan ingin mewedahi dan menampung masyarakat yang tidak setuju dengan sistem bunga bank konvensional.

Baitul Maal wa Tanwil merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak dibidang jasa. Usaha bidang jasa merupakan suatu bagian yang cepat mengalami perubahan atau pertumbuhan, merefleksikan variasi dari berbagai

¹ Muhammad, Manajemen Pembiayaan Muharabah Di Bank Syari'ah, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2008), hal.17

kekuatan.²Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian. Selain itu usaha dibidang jasa merupakan sektor yang paling banyak mengalami perubahan akibat dari cepatnya pertumbuhan yang dialami sektor lain, seperti pertumbuhan teknologi yang secara langsung menaikkan kompetisi dalam industri jasa.

Kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara diantaranya adalah memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan. Rangsangan pemasaran dari dalam perusahaan dapat membentuk seperti iklan, promosi, dan sebagainya yang menerangkan kualitas produk (barang maupun jasa) harga dan saluran distribusinya. Sedangkan rangsangan dari luar dapat berupa kondisi ekonomi, politik teknologi dan kebudayaan yang ada dimasyarakat setempat.³

Lembaga keuangan yang mampu bersaing adalah lembaga keuangan yang bisa memberikan produk dan jasa yang berkualitas. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan pada kualitas produknya. Hal ini dimaksudkan agar produk dan jasa yang ditawarkan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku nasabah atau calon nasabah.

² M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia,2001), 64

³ Sonny Koeswara, *Pemasaran Industri (Industrial Marketing)* (Jakarta: Djambatan, 1995), 74

Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan mempunyai perasaan suka yang membuat konsumen tidak ingin berpindah pada produk atau lembaga lainnya. Hal ini akan mengakibatkan konsumen menjadi loyal pada satu lembaga keuangan yang disukainya.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan perkembangan usaha. Nasabah yang mempunyai kepuasan yang tinggi akan senantiasa melakukan pembelian ulang secara teratur, selain itu nasabah juga akan melakukan pembelian produk yang lainnya dari perusahaan atau lembaga keuangan, serta nasabah akan memberikan referensi pada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari tarikan pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing.⁴

Badan perekonomian Indonesia banyak yang tidak menggunakan cara-cara yang sesuai dengan ajaran islam. Oleh sebab itu mulai banyak dikembangkan Lembaga Keuangan yang berbasis syariah.⁵ Bank atau Lembaga Keuangan Non-Bank yang berbasis syariah secara kuantitatif tumbuh secara pesat. Pertumbuhan secara pesat secara kuantitatif tanpa diikuti dengan meningkatkan kualitas ternyata telah menimbulkan dampak negatif yang tidak kecil. Banyak keluhan tentang produk yang tidak memuaskan dari

⁴<http://marketing-teori.blogspot.com/2017/04/loyalitas-pelanggan.html>, diakses 25 april 2018

⁵ Hadi Kusumo, *Perbankan Syariah Indonesia* (Jakarta: PAPSI, 2003), 51

lembaga keuangan syariah.⁶ Berdasarkan fakta yang demikian, masing-masing bank atau lembaga keuangan non-bank yang berbasis syariah terus berupaya memunculkan berbagai strategi guna menarik perhatian masyarakat. Mulai dari peluncuran produk-produk yang menguntungkan sampai dengan program unggulan yang ditujukan untuk kepuasan nasabah yang menggunakan jasa mereka.

Salah satu Lembaga keuangan Syariah adalah Baitul Maal wa Tanwil (BMT) yang bergerak dalam dua fungsi yaitu sebagai baitul maal yang lebih mengarah pada suatu usaha dalam mengelola dana. Adapun Baitul Maal wa Tanwil (BMT) adalah sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana, yang pengoprasiaannya dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi semua nasabah, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas BMT.

BMT dalam fungsinya selain harus mampu memberikan produk yang baik juga harus tetap berhubungan baik dengan masyarakat sebagai nasabahnya. Hubungan ini dijalankan agar BMT mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap produk yang diberikan, kepuasan ini merupakan hal yang harus diperhatikan karena merupakan bagian terpenting dari BMT.

⁶ M. N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 57

Selain produk kebutuhan tiap nasabah juga harus diperhatikan karena kebutuhan nasabah satu dengan yang lain tidak sama.⁷

Untuk memenangkan persaingan, BMT harus mampu memberikan keputusan kepada para nasabah misalnya, dengan memberikan produk yang terbaik, fasilitas yang membuat para nasabah merasa terpuaskan, keragaman produk, sampai dengan kualitas produk yang unggul dibandingkan produk yang lain. Begitu bannyak cara dan strategi yang harus dilakukan oleh BMT agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut dan mempertahankan nasabah. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas produk atau jasa agar keputusan masyarakat menjadi nasabah yang puas juga semakin meningkat.

Perusahaan harus menyadari pentingnya kualitas produk dan banyak sekali kualitas produk dan jasa yang kurang memuaskan yang akibatnya karena kurangnya saran-saran dari nasabah. Hal ini mengakibatkan perusahaan akan kehilangan nasabahnya. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber penghasilan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka akan semakin besar pemasukan yang didapatkan. Kualitas produk dan jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Ketika nasabah itu merasa puas atas kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka mereka akan

⁷Lativa dan Eryvn Lawis, *Perbankan Syariah, Prinsip-Prinsip, Praktek, Prospek* (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2003), 45

kembali menggunakan produk dan jasa perusahaan tersebut dan sekaligus menjadi nasabah yang setia.

Kelanjutan keberadaan dan pertumbuhan BMT hanya akan terjamin apabila perusahaan memberikan perhatian khusus dalam hubungannya dengan para pelanggan pemakai produknya. Para pelanggan tersebut berkepentingan memperoleh produk dengan harga bersaing. Produk jual yang diandalkan, ketaatan dalam memberikan jaminan yang disepakati bersama, tersedianya alat-alat tehnik apabila diperlukan dan kemudahan dalam proses jual beli, termasuk pembelian dengan sistem kredit sehingga pelanggan yang setia tidak pergi ke BMT lain.⁸

Dewasa ini, persaingan begitu ketat sehingga kualitas produk dan jasa sangat berpengaruh dalam mengembangkan jasa BMT. Produk jasa yang baik diharapkan untuk bisa menarik minat nasabah, dan akhirnya nasabah tersebut memutuskan untuk menjadi nasabah di BMT tersebut. Apabila produk dan jasa yang diberikan kurang memuaskan, maka nasabah yang ingin menggunakan produk–produk dan jasa yang dihasilkan oleh BMT juga berkurang. Pengambil keputusan oleh konsumen untuk membeli produk dari lembaga didasarkan pada informasi yang mereka peroleh.

Kualitas produk dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat, jika kualitas produk baik maka nasabah akan mempunyai perasaan suka yang membuat nasabah tidak ingin berpindah pada produk atau lembaga yang

⁸Sondang Siagian, *Managemen Strategik* (Jakarta: Bumi Karsan, 1995), 58-59

lainnya. Hal ini akan mengakibatkan nasabah menjadi puas pada suatu lembaga yang disukainya.

Di kota Kediri sudah banyak ditemui BMT dengan berbagai konsep dan produk yang ditawarkan. Salah satunya yaitu BMT Lantahir Kediri yang sudah didirikan sejak tanggal 22 juli 2009 yang beralamatkan di jalan Mauni No 108b kelurahan Pesantren. BMT Lantahir Kediri memiliki tiga macam pembiayaan antara lain *Murabahah*, *ijarah* dan *Al-Qard*. *Murabahah* adalah prinsip jual beli dimana harga jualnya terdiri dari harga pokok barang ditambahi dengan keuntungan yang disepakati pada pembiayaan murabahah, penyerahan barang dilakukan secara tunai dan diangsur. Praktek *Murabahah* di BMT Lantahir Kediri menggunakan akad *wakalah* yaitu penyerahan, pendelagasian atau pemberian mandat dari BMT kepada nasabah, karena pada dasarnya manusia memang membutuhkannya, tidak setiap orang mempunyai kemampuan atau kesempatan untuk menyelesaikan urusan sendiri.

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atau manfaat atas barang atau jasa melalui upah sewa pemindahan hak guna atau manfaat atas barang atau jasa melalui upah sewa pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. *Al-Qard* adalah suatu akad pinjaman (penyeluruh dana) kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) pada waktu yang telah disepakati antara nasabah dengan Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS). *Al-Qard* merupakan perwujudan Lembaga keuangan Syari'ah (LKS) yang

disamping sebagai lembaga komersial juga sebagai lembaga sosial yang dapat meningkatkan perekonomian secara maksimal.

Di daerah kota Kediri banyak BMT yang bisa menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam memilih tempat pembiayaan. Selain BMT Lantahir Kediri ada BMT Beringharjo, BMT Sidogiri, dan BMT Tanmiya Artha. Setiap BMT Tersebut memiliki fasilitas masing-masing yang menjadi ciri khasnya. Ada beberapa fasilitas yang membedakan antara BMT Lantahir dengan BMT Beringharjo, BMT Sidogiri, dan BMT Tanmiya Artha adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbedaan secara umum BMT Lantansir, BMT Beringharjo, BMT Sidodadi,
dan BMT Tamiya Artha

NO	NAMA BMT	LOKASI	FASILITAS
1	BMT LANTASIR	JL. Mauni, No. 108b, Kel. Pesantren, Kota Kediri	- Survey nasabah tidak perlu menunggu, nasabah bisa menggunakan dananya tanpa menunggu data BI Checking
			- Pembiayaan di mulai dari 1 juta sampai 100 juta
			- Biaya administrasi Lebih Kecil dibandingkan BMT yang lain
			- BMT lantansir dapat melakukan pembiayaan usaha mikro, seperti pedagang pasar, petani dll.
			- pembiayaa ijarah dapat digunakan dalam bentuk swadaya masyarakat / kelompok
2	BMT BRINGHARJO	JL. Cendana No. 55D, Singonegaran, Kec. Pesantren, Kota Kediri	- Pembiayaan di mulai dari 1 juta sampai 100 juta
			- Biaya administrasi Lebih Kecil dibandingkan BMT yang lain
			- BMT bringharjo dapat melakukan pembiayaan usaha mikro, seperti pedagang pasar, petani dll.
3	BMT SIDOGIRI	JL. Cendana No. 53, Singonegaran, Kec. Kota kediri, Kota Kediri	- pengajuan pembiayaan bisa di lakukan survey bisa datang ke lokasi calon nasabah
			- Biaya administrasi Lebih Kecil dibandingkan BMT yang lain
			- BMT Sidogiri dapat melakukan pembiayaan usaha mikro, seperti pedagang pasar, petani dll.
			- pembiayaa ijarah dapat digunakan dalam bentuk swadaya masyarakat / kelompok
4	BMT TAMIYA ARTHA SYARIAH	JL. Brawijaya No. 40A 17, Pocanan , Kec Kota Kediri, Kota Kediri	- pengajuan pembiayaan dapat dilakukan survey bisa datang ke lokasi calon nasabah
			- Biaya administrasi Lebih Kecil dibandingkan BMT yang lain
			- Jangka waktu pembiayaan panjang 6, 12, 36, 48 Bulan

Sumber : Observasi pada BMT Lantansir Kediri, BMT Beringharjo, BMT UGT Sidogiri, BMT Tamiya Artha Syariah

Dari table diatas dapat diketahui bahwa BMT Lantasis Kediri memiliki fasilitas yang lebih banyak dan berbeda dibanding yang lain. Beberapa hal yang disebutkan bisa saja menarik minat nasabah dalam memilih BMT karena fasilitas yang berbeda dari BMT lain ataupun lokasi yang strategis, yaitu dekat dengan pasar pesantren, pabrik dan mudah dijangkau. Sehingga dengan bedanya fasilitas BMT Lantasis dibanding BMT lainnya dapat menarik lebih banyak minat nasabah.

Persaingan lembaga keuangan yang ketat didaerah kediri tersebut memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan tersebut diakibatkan oleh beberapa sebab yaitu terjadinya perubahan pada jumlah nasabah. BMT Lantasis Kediri mengalami kenaikan terhadap jumlah nasabah setiap tahunnya, menurut data nasabah faktor dominan pemilihan di BMT Lantasis Kediri diantaranya:

Tabel 1.2

Data Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

No	Faktor	Jumlah
1.	Kualitas Produk	16
2.	Kualitas Pelayanan	10
3.	Emosional	0
4.	Harga	3
5.	Biaya	1

Sumber : Kuisisioner anggota BMT Lantasis Kediri

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Kualitas produk lebih unggul dibandingkan dengan faktor yang lain. Selain itu produk yang ada di BMT

lantasir Juga mempengaruhi kepuasan nasabah. Dibawah ini data Kualitas Produk yang menunjukkan perkembangan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.3

Data Nasabah dalam Pengambilan Keputusan pada Tahun 2015

No	Produk	Jumlah
1.	Ijarah	127
2.	Murabahah	119
3.	Qard	4
Jumlah		250

Sumber: BMT Lantasir Kediri

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2015 Kualitas produk ijarah lebih unggul dibandingkan dengan produk yang lain.

Tabel 1.4

Data Nasabah dalam Pengambilan Keputusan pada Tahun 2016

No	Produk	Jumlah
1.	Ijarah	152
2.	Murabahah	115
3.	Qard	4
Jumlah		271

Sumber: BMT Lantasir Kediri

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 Kualitas produk ijarah lebih unggul dibandingkan dengan produk yang lain.

Tabel 1.5**Data Nasabah dalam Pengambilan Keputusan pada Tahun 2017**

NO	Produk	Jumlah
1.	Ijarah	182
2.	Murabahah	123
3.	Qard	8
Jumlah		313

Sumber : BMT Lantasis Kediri

Data diatas menunjukkan bahwa produk Ijarah pada tahun 2017 lebih unggul dibandingkan dengan produk yang lain yang ada di BMT lantasis. Maka di dalam penelitian ini akan difokuskan meneliti produk Ijarah pada tahun 2017.

Peneliti memilih lokasi di BMT Lantasis Kediri, karena *pertama* BMT Lantasis Kediri memiliki banyak nasabah dan terletak di tempat yang sangat strategis, yaitu dekat dari lokasi pasar Pesantren yang merupakan pusat perekonomian masyarakat Pesantren dan sekitarnya, dibandingkan lembaga keuangan yang ada dikecamatan Pesantren. *Kedua*, ketika ada sebuah nasabah yang mengajukan pembiayaan, AO langsung datang ke lokasi nasabah, serta BMT Lantasis Kediri juga memiliki bermacam-macam produk sehingga jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT lantasis Kediri semakin meningkat. Hingga saat ini jumlah nasabah BMT Lantasis pada tahun 2017 berjumlah 313 orang. Hal tersebut menunjukkan masyarakat telah mengenal nama sekaligus citra BMT Lantasis baik melalui iklan, informasi mulut ke

mulut, maupun pengalaman dari seseorang yang telah menjadi nasabah. Adapun jumlah nasabah di BMT Lantasis Kediri selama tiga tahun dapat dilihat pada table 1 berikut ini:

Tabel 1.6
Peningkatan Anggota BMT Lantasis Kediri

Tahun	Jumlah Anggota
2015	250
2016	271
2017	313

Sumber: BMT Lantasis Kediri

Selain itu, BMT Lantasis Kediri merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang beroperasi secara syari'ah yang bergerak di bidang jasa. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk ijarah terhadap kepuasan nasabah di BMT Lantasis Kediri.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti di BMT Lantasis Kediri, dengan mengambil sebuah judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK IJARAH TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH di BMT LANTASIR KEDIRI"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk Ijarah di BMT Lantasis Kediri?
2. Bagaimana kepuasan nasabah di BMT Lantasis Kediri?

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk Ijarah terhadap kepuasan nasabah di BMT Lantasir Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ijarah di BMT Lantasir Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah di BMT Lantasir Kediri.
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ijarah terhadap kepuasan nasabah di BMT Lantasir Kediri.

D. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik dan segi teoritis maupun praktis adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan khasanah ke ilmuan dan pengetahuan dibidang ekonomi Islam, terutama tentang kepuasan nasabah pada produk ijarah di BMT Lantasir Kediri.

2. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan perbandingan, antara yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik di lapangan dan daya

analisis peneliti yang akan dijadikan bekal apabila terjun di masyarakat serta dapat menambah khazanah keilmuan bagi peneliti.

b. Bagi lembaga pendidikan

Dapat dijadikan sebagai masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ekonomi Syari'ah dan menambah khazanah bacaan ilmiah. Serta dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai kepuasan nasabah pada produk serta penerapannya.

c. Bagi pembaca

Dapat digunakan sebagai sumber informasi, pengetahuan, penambah wawasan dan bahan perbandingan pembaca lain yang berminat untuk mempelajari permasalahan yang sama. Sebagai bahan informasi untuk peneliti lebih lanjut.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya hipotesis menjadi hipotesa. Yang dimaksud hipotesa disini adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih sempurna. Dia ditolak jika salah satu variabelnya palsu, dan akan diterima jika fakta atau data itu membenarkannya. Secara ringkas hipotesis dalam statistik merupakan pernyataan statistik tentang parameter populasi sedangkan

hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian.⁹

Dari penelitian yang akan dilakukan, dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Nihil atau Nol (H_0)

Hipotesis nihil adalah tidak ada pengaruh atau korelasi positif pada kualitas produk ijarah terhadap tingkat kepuasan nasabah di BMT Lantasis Kediri.

2. Hipotesis Kerja (H_a)

Hipotesis kerja adalah adanya pengaruh kualitas produk Ijarah terhadap kepuasan nasabah di BMT Lantasis Kediri.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah sebuah titik tolak pemikiran yang keberadaannya diterima oleh penyidik. Berdasarkan teori yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan penulis adalah bahwa dengan adanya kualitas produk yang baik maka akan mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah yang puas terhadap lembaga. Sebaliknya, jika kualitas produk yang diberikan tidak baik maka juga akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, dapat diasumsikan dengan semakin baiknya kualitas produk yang diberikan oleh BMT tersebut, maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah di BMT tersebut. Tetapi apabila semakin buruknya kualitas produk yang

⁹ Sugiono, *Statistika untuk penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 85

diberikan oleh BMT tersebut, maka kepuasan nasabah di BMT tersebut juga akan menurun.

G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar jauh dari apa yang dimaksud oleh penulis, maka penulis menetapkan ruang lingkup dan batasan dalam hal:

1. Lokasi Penelitian, Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah BMT Lantasir Kediri Jl. Mauni No. 108b Kelurahan Pesantren.
2. Subyek Penelitian, Subyek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah para nasabah ijarah.
3. Variabel Penelitian, Variabel yang diteliti adalah Kualitas Produk Ijarah sebagai variabel bebas, dan Kepuasan Nasabah sebagai variabel terikat.

H. Pengesahan Istilah

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam judul ini agar tidak mendapat perbedaan dalam mengintrestasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian ini, judul yang digunakan dalam skripsi ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk Ijarah terhadap kepuasan nasabah di BMT Lantasir Kediri, Penegasan dari istilah istilah di atas adalah sebagai berikut:

a. Kualias produk

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan.¹⁰ Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Sebuah produk atau layanan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin.

b. Pembiayaan ijarah

Pembiayaan *ijarah* yaitu ijab dan qabul berupa pernyataan dari kedua belah pihak yang berakal (berkontrak). Baik secara verbal ataupun dalam bentuk lain.¹¹ *Ijarah* merupakan akad yang mengatur pemanfaatan hak guna tanpa terjadi pemindahan kepemilikan.¹²

Adapun *ijarah* merupakan perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam tempo waktu tertentu dengan menyatakan jaminan.

c. Kepuasan Nasabah

Kotler menyatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap

¹⁰PhilipKotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj Imam Nurmawan, (Jakarta Erlangga, 2001), 346

¹¹ Fatma Dewan Syariah Nasional NO:09/DSN-MUI/IV/2000, Tentang Pembiayaan Ijarah (Jakarta: 30 April 2000).

¹² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank syariah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN 2005), 149.

kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya.¹³ Kepuasan nasabah adalah respon dan perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan nasabah akan sangat puas.

I. Telaah pustaka

Berbagai penelitian maupun karya tulis mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah/ pelanggan cukup banyak dilakukan, adapun beberapa penelitian yang berhasil, penyusun temukan.

1. Penelitian oleh Ana Khoirun Nisa (2011) berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Rahmat Semen Kediri*". Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai r sebesar 0,953 yang menunjukkan bahwa hubungan variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas nasabah BMT Rahmad Semen Kediri adalah sangat kuat serta signifikan. Jadi apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka loyalitas nasabah akan ditingkatkan sedangkan analisis regresinya menghasilkan model persamaan $Y = - 5,517 + 1,121X$. Kesimpulannya penelitian ini ternyata signifikan yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BMT Rahmad Semen Kediri.

¹³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Macaman Cemerlang, 2008), 42

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan, yaitu metode kuantitatif. Sedangkan titik perbedaannya terletak pada variabel kualitas produk, dalam penelitian diatas variabel independennya adalah kualitas pelayanan, sedangkan dalam penelitian yang akan penulis lakukan adalah kualitas produk. Objek yang diteliti juga terdapat perbedaan.

2. Penelitian oleh Lailatul Munawaroh (2011) berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Syariah Pare Kediri*". Hasil Penelitian ini Mengungkapkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel tingkat kepuasan Nasabah BMT Syaria Pare tidak berdistribusi Normal ,diliha dari Uji *One Sample Kolmogrov – Smirnov* yaitu Asym . Sig 0,003 > taraf signifikan 0,05 . dari analisis menggunakan rumus korelasi Product Moment Mengemukakan bahwa nilai r sebesar 0,077, artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah adalah searah . sedangkan analisis regresinya menghasilkan model persamaan $Y = 22,823 + 0,083X$. Kesimpulannya penelitian ini ternyata tidak signifikan yang artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Syariah Pare Kediri.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada metode penelitian, yaitu kuantitatif dan variabel yang diteliti yaitu variabel Y yaitu kepuasan

nasabah. Sedangkan titik perbedaannya terletak pada variabel kualitas produk, dalam penelitian diatas variabel independennya adalah kualitas pelayanan, sedangkan dalam penelitian yang akan penulis lakukan adalah kualitas produk,. Objek yang akan diteliti juga terdapat perbedaan.

3. Moh. Burhanudin Harahab. STAIN Kediri (2009) dengan judul "*Pengaruh Produk Tabungan Shar'e Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang Kediri*". Hasil penelitian ini menyatakan bahwa yang menggunakan rumus produk moment menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,991, ini berarti korelasi antara produk tabungan Shar'e terhadap tingkat kepuasan nasabah memiliki korelasi yang sangat kuat, sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa produk tabungan Shar'e memberikan sumbangan positif yaitu sebesar 0,43 terhadap tingkat kepuasan nasabah, produk tabungan Shar'e di Bank Muamalat Indonesia cabang Kediri.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan, yaitu metode kuantitatif dan variabel yang diteliti, variabel x yaitu variabel produk dan variabel y yaitu variabel kepuasan nasabah. Sedangkan titik perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti juga terdapat perbedaan.

