

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era perkembangan pada zaman ini, persaingan di dunia bisnis semakinlah ketat. Bagi perusahaan, mencapai kesuksesan tidaklah mudah. Salah satu kunci utamanya adalah memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggan setia, sehingga mereka merasa puas dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Salah satu sektor penting yang berperan dalam memajukan perekonomian suatu negara adalah lembaga keuangan. Di Indonesia, lembaga keuangan mempunyai sangat signifikannya peran dalam mengembangkan perekonomian. Lembaga ini berfungsi sebagai penghimpun dana dan penyedia jasa keuangan lainnya.¹

Umumnya umumnya, lembaga keuangan bisa dibedakan jadi dua jenis, yakni lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non-syariah. Perbedaan mendasar di antara keduanya terletak pada bagaimana prinsip operasional yang mereka anut. Lembaga keuangan syariah mengadopsi sistem bagi hasil, sementara lembaga keuangan non-syariah menggunakan sistem bunga. Dengan begitu, lembaga keuangan memegang peran vital dalam memajukan perekonomian dan berkontribusi pada persaingan bisnis yang semakin ketat di zaman ini

Lembaga keuangan syariah Indonesia atau non-syariah menghadapi persaingan yang seimbang. Lembaga keuangan syariah telah mengalami

¹ Burhanuddin, *Aspek Hukum Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 1.

pertumbuhan yang pesat dengan kinerja yang positif, memberikan kontribusi penting pada pertumbuhan ekonomi negara ini. Bank syariah pertama, seperti Bank Muamalat Indonesia (BMI), telah menjadi pelopor dalam industri ini. Ketika krisis moneter tahun 1998 terjadi, lembaga keuangan syariah tetaplah kuat dan bertahan, sementara banyak lembaga keuangan non-syariah mengalami kesulitan bahkan harus ditutup.²

Lembaga keuangan syariah maupun non-syariah sama-sama terdiri dari dua jenis, yaitu lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah non-bank. Contoh lembaga keuangan syariah bank mencakup BUS, BPRS, dan UUS, sementara lembaga keuangan syariah non-bank mencakup pengadaian syariah dan jenis-jenis lainnya. Namun, ada satu lembaga keuangan syariah yang unik, yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT), yang tidak ada pada lembaga keuangan non-syariah.³

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah komunitas di mana sekelompok orang bergabung dengan tujuan saling membantu dan bekerja sama untuk membangun layanan keuangan berbasis syariah.⁴ BMT telah menjadi lembaga yang beroperasi secara sah dan berprinsip syariah. Legalitasnya diatur dalam berbagai peraturan undang-undang, termasuk Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 yakni undang-undang yang melakukan pengaturan mengenai perkoperasian. Peraturan Perundangan Republik Indonesia Nomor 09 tahun 1995 yakni peraturan yang melakukan pengaturan

² Nofinawati, *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*, (JURIS, Vol. 14, No. 02, Juli-Desember 2015), 67.

³ Roifatus Syauqoti dan Mohammad Ghazali, *Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah dan Lembaga Keuangan Konvensional*, (IQTISHODUNA, Vol. 14, No. 01, 2018), 19-23.

⁴ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), 123.

pada proses menjalankan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 yakni keputusan yang memberi petunjuk melaksanakan aktivitas usaha koperasi jasa keuangan syariah.

Selain itu, Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 yakni peraturan yang isinya mengenai beberapa pedoman standar operasional manajemen koperasi jasa keuangan syariah. Semua peraturan ini mendukung BMT dalam menjalankan aktivitas operasional selaras dengan berbagai prinsip syariah.⁵ Perkembangan perekonomian di Indonesia tercermin dalam timbulnya lembaga keuangan berbasis syariah seperti koperasi syariah. Koperasi ini semakin menyebar dan hadir di berbagai daerah, menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif di negara ini.

BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo yang dulunya bernama BMT UGT Sidogiri sekarang menjadi BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo, yang tepatnya terletak di Jln. Kolonel Soegiono No. 76, Belahan, Wedoro, Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Sedangkan BMT UGT Nusantara Capem Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo yang tepatnya terletak di Jln. Dusun Krajan Barat RT.26/RW.06 Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. Berikut perbandingan antara BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo dengan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo, pada tabel di bawah ini:

⁵ Muhammad Ridwan Aziz, Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil, (Yogyakarta: UII Press, 2015), 129.

Tabel 1.1
Perbandingan BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo dengan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo

Perbandingan	BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo	BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo
<i>Product</i> (Produk yang Ditawarkan)	<ul style="list-style-type: none"> • 6 produk pembiayaan. • 8 produk simpanan. 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 produk pembiayaan. • 6 produk simpanan.
<i>Place</i> (Lokasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Jln. Kolonel Soegiono No. 76, Belahan, Wedoro, Kec. Waru Kab. Sidoarjo. • Terletak di kabupaten sidoarjo, dekat dengan pasar sepanjang. • Jam operasional = Senin- Sabtu : 08-00 – 14.00 WIB Jumat tutup Minggu : 08.00 – 13.00 WIB. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jln. Dsn. Krajan Barat RT.26/RW.06 Kec. Krian Kab. Sidoarjo. • Terletak di kabupaten Sidoarjo. • Jam operasional : Senin – jumat : 08.00 – 13.00 WIB, Sabtu : 08.00 – 12.00 WIB, Minggu tutup.
<i>Price</i> (Harga)	Setoran awal guna pembukaan tabungan umum dan wadiah yakni Rp. 20.000,- sedangkan, setoran awal untuk pembukaan tabungan umroh, haji, peduli siswa, dll yaitu Rp. 100.000,-	Setoran awalnya guna pembukaan tabungan yaitu sebesar Rp. 30.000,- dan untuk kelanjutannya Rp. 5.000,-.
<i>Promotion</i> (promosi)	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Digital marketing</i> 2) <i>Personal selling</i> 3) <i>Word of mouth</i> 4) <i>Diversity marketing</i> 5) <i>Publisitas</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Publisitas</i> 2) <i>Personal selling</i> 3) <i>Word of mouth</i> 4) <i>Digital marketing</i>
<i>People</i> (Karyawan)	7 karyawan: <ol style="list-style-type: none"> 1) 1 Kepala Cabang 2) 1 Admin 3) 1 Kasir 4) 2 AOAP 5) 2 AOSP 	6 karyawan: <ol style="list-style-type: none"> 1) 1 Manager Cabang 2) 1 Teller 3) 1 AOAP 4) 3 AOSP
<i>Process</i> (Prosedur Pengajuan)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Produk simpanan <ol style="list-style-type: none"> a. Melakukan pengisian formulir serta lengkapi berkas fotokopi KTP, dan No. Hp. b. Pembukaan bisa dilakukan dikantor BMT atau di Luar dengan <i>account officer</i> (AO). 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Produk simpanan <ol style="list-style-type: none"> a. Melakukan pengisian formulir serta memberi fotocopy KTP/ Identitas yang masih berlaku. b. Pembukaan bisa dilakukan di kantor

	<p>2) Produk Pembiayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengisi formulir pengajuan pembiayaan Menyerahkan persyaratan meliputi : jaminan BPKB, KTP suami istri, Fotocopy (STNK, BPKB, KK, Akta Nikah, dan Sertifikat). Survei dan wawancara Dirapatkan oleh komite Keputusan pencairan. 	<p>cabang atau di luar dengan AO.</p> <p>2) Produk Pembiayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengisi memo yang telah disediakan oleh BMT. Menyerahkan persyaratan seperti : jaminan BPKB, KTP suami istri, Fotocopy (STNK, BPKB, KK, Akta Nikah, dan Sertifikat). Survey Pencairan
<p><i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Cat dinding berwarna coklat susu. Tersedianya parkir yang cukup luas dan teduh. Luasnya tempat pelayanan yang rapi dan bersih, karena sebelum memasuki wilayah kantornya wajib lepas alas kaki. Mempunyai mobile UGT. Memiliki tempat tunggu yang cukup nyaman. Cukup luasnya interior ruangnya. Di dalam ruangan ada browser mengenai berbagai produknya BMT. 	<ol style="list-style-type: none"> Cat dinding berwarna coklat muda. Terdapat lahan parkir yang sempit atau kurang luas. Rapinya tempat pelayanan yang cukup nyaman. Interior dalam yang cukup luas.

Sumber : Observasi BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo dan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo.

Berdasarkan tabel 1 menampilkan jika BMT UGT Nusantara Capem Waru lebih memiliki keunggulan dibandingkan dengan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo. Keunggulan dapat dilihat pada jam operasi BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo terlihat lebih awal mulai beroperasi, selain itu juga terdapat beragam macam produk yang ditawarkan.

Tempat kedua BMT tersebut sama-sama berada di Kabupaten Sidoarjo sedangkan BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo mempunyai lebih strategisnya tempat yang terletak dekat dengan pasar. BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo dalam perihal harganya vguna membuka tabungan lebih murah dibandingkan dengan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo. Dari segi promosi BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo melakukan dengan beragam macam promosi dibandingkan dengan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo. Dari segi karyawan BMT UGT Nusantara memiliki karyawan yang lebih banyak dibandingkan BMT UGT Nusantara Capem Krian Sidoarjo.

Bauran pemasaran yang menjadi kepuasannya nasabah. Terdapat berbagai faktor ataupun berbagai penyebab yang memberikan pengaruh pada loyalitas nasabah yaitu kepuasannya para nasabah, kualitasnya produk, jaminan, pelayanan, nilai, image, meyakinkan dan mudah diperoleh. Maka sebelum melakukan identifikasi masalah penelitian, observasi awal merupakan langkah pertama yang dilakukan untuk memperoleh informasi awal. Observasi ini menjadi acuan utama sebelum menentukan masalah yang akan diteliti. Dalam proses identifikasi masalah, observasi menjadi kunci utama untuk memastikan bahwa masalah yang diidentifikasi adalah masalah yang benar-benar nyata dan akurat. Observasi awal melibatkan 30 responden sebagai sampel untuk mendapatkan data yang relevan dan dapat diandalkan. Jadi alasannya nasabah melakukan pemilihan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo yaitu :

Tabel 1.2
Alasan Nasabah Memilih BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo

No	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah	Jumlah (Nasabah)
1	Kepuasan	10
2	Jaminan	8
3	Nilai	6
4	<i>Image</i>	4
5	Meyakinkan dan Mudah Diperoleh	2
Jumlah		30

Sumber : Hasil Observasi (2023)

Tabel 2 menjelaskan jika ada 10 nasabah yang melakukan pemilihan kepuasan dan 8 nasabah melakukan pemilihan jaminan, 6 nasabah memilih nilai dan 4 nasabah memilih image dan memilih meyakinkan dan mudah diperoleh yaitu terdapat 2 nasabah. Jadi berdasarkan hal tersebut maka bisa diketahui jika berbagai faktor yang memberikan pengaruh pada loyalitasnya nasabah secara umum yaitu kepuasannya, jaminannya, nilainya, *imagennya*, meyakinkannya serta mudah diperolehnya. Akan tetapi, faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo hanya ada pada kepuasan karena menduduki jumlah responden yang tinggi.

Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo adalah pelayanan. Faktor pelayanan dalam suatu perusahaan jasa dapat dikatakan bermutu, sederhana, memadai, ataupun tidak menghasilkan suatu apapun, yang sepenuhnya hasil pelayanan bergantung pada evaluasi pelanggan atau nasabah. Bahkan jika perusahaan menilai itu sebagai kualitas, jika pelanggan atau nasabah menganggap itu bukan kualitas, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa akan tetap

dianggap interior. Mengingat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan semakin berperan penting dalam keberhasilan perusahaan, dan memegang peranan kunci, hal ini memicu perusahaan untuk meningkatkan eksternalitas perusahaan dengan mengedepankan suatu layanan yang bermutu terbaik kepada pelanggan atau nasabah. Maka dari itu, tingkat pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah.

BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo merupakan lembaga keuangan syariah yang juga menghadapi persaingan ketat dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Setiap tahun, BMT UGT Nusantara mengalami perubahan dalam jumlah nasabahnya, namun terdapat peningkatan yang dapat dilihat dari presentase pertumbuhan jumlah nasabah setiap tahunnya. Data mengenai perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2020 hingga 2022 telah diperoleh melalui hasil penelitian di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Nasabah BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo
Pada Tahun 2020, 2021, dan 2022

Nama Produk	Tahun 2020 - 2022
Pembiayaan	6.143
Simpanan	1.020
Total	7.163

Sumber : Dokumen BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo

Tabel 1.3 menggambarkan jumlah total nasabah BMT UGT Nusantara Sidogiri Capem Waru Sidoarjo pada 3 tahun terakhir yaitu tahun 2020, 2021, dan 2022. Untuk jumlah keseluruhan total nasabah produk simpanan pada 3 tahun terakhir berjumlah 1.020 nasabah. Sedangkan Pada 3 tahun terakhir jumlah keseluruhan nasabah pembiayaan yaitu berjumlah 6.143 nasabah.

Meskipun jumlah nasabah meningkat pada setiap produk, tampaknya banyak nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan produk pembiayaan. Rata-rata nasabah merasa puas dengan layanan pembiayaan yang diberikan oleh BMT UGT Nusantara Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Guna melengkapi analisis, peneliti juga menghimpun data tentang total intensitas transaksinya nasabah pembiayaan di tiga tahun terakhir, yakni:

Tabel 1.4
Data Intensitas Transaksi Nasabah Pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo

Intensitas Transaksi	Nasabah Pembiayaan
1 Kali	6.000
>2 Kali	143
Total	6.143

Sumber : Data BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo

Berdasarkan informasi yang ada di Tabel 1,4, ditemukan bahwa dari seluruh nasabah pembiayaan pada 3 tahun terakhir, sebanyak 6.000 nasabah melakukan transaksi pembiayaan hanya satu kali dalam tiga tahun terakhir. Sementara itu, sebanyak 143 nasabah pembiayaan melakukan transaksi lebih dari dua kali dalam satu tahun terakhir di tahun 2022.

Nasabah bagi lembaga keuangan ibarat sebagai raja, dengan begitu setiap lembaga keuangan saling berkompetisi dalam memberikan hal yang terbaik kepada nasabahnya agar tercipta rasa puas. Mengingat persaingan antar lembaga keuangan syariah semakin erat, sehingga dalam memperoleh dan mempertahankan nasabah lembaga keuangan syariah perlu memerhatikan pentingnya dalam meningkatkan kepuasan kepada nasabahnya. Sehingga apabila lembaga keuangan telah menciptakan rasa puas kepada nasabahnya, maka lembaga keuangan tersebut berhasil menciptakan value yang positif.

Nasabah yang ada akan terus menggunakan atau membeli produk atau jasa di lembaga keuangan syariah tersebut secara terus menerus hal ini akan mendorong sikap loyal kepada nasabah terhadap lembaga. Jadi, untuk memperoleh dan mempertahankan nasabah yang merupakan salah satu aset berharga di lembaga keuangan pentingnya memberikan atau menciptakan rasa puas kepada nasabah atas apa yang diberikan oleh lembaga.

Pendapat Kotler dan Keller kepuasan nasabah, perasaan senang ataupun kecewa dari nasabah yang tumbuh setelah nasabah memadankan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁶ Apabila kinerja sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah tersebut akan merasakan puas, dan apabila kinerja dari lembaga keuangan syariah tersebut melebihi harapan dari nasabah maka nasabah akan merasakan sangat puas, senang dan gembira.⁷ Untuk menciptakan dan meningkatkan kepuasan, menurut Lupiyoadi ada 5 faktor pengaruh dapat terjadinya kepuasan seperti kualitas produk, sistem pelayanan yang baik, emosional, harga, dan biaya serta kemudahan mendapatkan produk.⁸

Nasabah pembiayaan merasa puas terhadap BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo karena beberapa hal, diantaranya :

1. Kualitas produk : produk yang diberikan di lembaga memiliki banyak ragam yang ditawarkan dibandingkan sama BMT sejenis yang lain, sehingga hal

⁶ Philip Kotler dan Kevin, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Indeks, 2015), 177.

⁷ Lerbin R. Aritonang, Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisaan dengan SPSS, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 2.

⁸ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 158.

ini dapat memberikan pilihan kepada nasabah terhadap produk yang diinginkan atau sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2. Sistem pelayanan yang baik : pelayanan yang diberikan lembaga memiliki sistem pelayanan yang dinamakan dengan jemput bola dan memberikan fasilitas ruang tunggu yang nyaman serta parkir yang luas dan teduh.
3. Emosional : nasabah merasa senang atau bangga karena produk yang digunakannya dapat diterima dan digunakan juga oleh orang lain, hal ini membuat nasabah merasa tambah yakin atas produk yang digunakannya.
4. Harga : harga pembiayaan yang diberikan KSPS BMT-UGT Sidogiri beragam dengan jangka waktu yang beragam pula sehingga tidak memberatkan nasabahnya dan nasabah dapat memilih pengajuan dan jangka waktu sesuai dengan kebutuhan dan kondisinya.

Biaya dan kemudahan mendapatkan produk : nasabah yang berhalangan tidak bisa bertransaksi ke kantor dapat menggunakan sistem pelayanan jemput bola, hal ini tidak memberikan biaya tambahan dan adanya aplikasi mobile UGT sehingga untuk melakukan setoran bisa melalui aplikasi tersebut.

Karena latar belakang masalah ini, peneliti memiliki ketertarikan guna melaksanakan studi lebih lanjut dengan judul penelitian **“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Pembiayaan Di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kepuasan nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo?
2. Bagaimana loyalitas nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui loyalitas nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis yakni:

1. Manfaat Teoritis

Semoga bisa memperluas pemahaman tentang lembaga keuangan syariah, khususnya dalam konteks kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini juga bisa jadi referensi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan kesamaan topik atau serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa memberi wawasan yang berguna dalam meningkatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada perkembangan lembaga keuangan.

b. Bagi Peneliti

Peneliti bisa terapkan berbagai teori yang dipelajari selama proses belajar dan menerapkannya dalam konteks nyata. Ini akan menjadi pengalaman berharga yang dapat diaplikasikan di masa depan saat terjun ke lapangan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa membagikan informasi dan pemahaman lebih dalam mengenai pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitasnya nasabah.

E. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto, hipotesis yakni sebuah jawaban sementara terhadap permasalahannya penelitian yang perlu dibuktikan dengan data yang telah terhimpun. Pada penelitian ini, hipotesis terdiri dari dua bagian:

1. Hipotesis alternatif (H_a):

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan diantara kepuasannya nasabah pembiayaan terhadap loyalitasnya nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

2. Hipotesis nol (Ho):

Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan diantara kepuasannya nasabah pembiayaan terhadap loyalitasnya nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

F. Telaah Pustaka

1. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab-Bike Di Kota Medan. Oleh Angelica Nadya Rizki (2018) Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara Kota Medan.⁹

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan kontribusi yang efektif sebesar 35,5% untuk meningkatkan loyalitasnya pelanggan, namun faktor lain berkontribusi sebesar 64,5%. Persamaan dengan penelitiannya peneliti yakni metode penelitian kuantitatif dan fokus pada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas. Namun, perbedaan terdapat pada objek penelitiannya, di mana penelitian sebelumnya mengenai pelanggan Grab-Bike di Kota Medan, sementara penelitian ini fokus pada nasabah pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). Oleh Gita Oktaviani (2019) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru.¹⁰

⁹ Angelica Nadya Rizki, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab-Bike Di Kota Medan*, (Skripsi: Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara Kota Medan, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasilnya menunjukkan Adjusted R Square sebesar 0,968, yang berarti 96,8% (kriteria sangat kuat) sumbangan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Sisanya, 3,2%, dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan terdapat pada metode kuantitatif yang digunakan serta pembahasan tentang pengaruhnya kepuasan terhadap loyalitas. Perbedaan terletak pada objek penelitian, di mana penelitian tersebut berfokus pada pelanggan jasa PT. Gita Rifa Express di daerah Batusangkar, sedangkan penelitian ini fokus pada nasabah pembiayaan di BMT UGT Nusatara Capem Waru Sidoarjo.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Mahasiswa Perbakan Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2018). Oleh Rizka Nurma Fadhillah (2019) Program Studi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kediri.¹¹

Penelitian di atas memakai metode kuantitatif dan hasilnya menampilkan jika terdapat pengaruh positif diantara kepuasannya konsumen dengan loyalitasnya pelanggan. Variabel kepuasannya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kontribusi sebesar 63,8% dan 30,2%. Sisanya, yaitu 36,2%, berpengaruh terhadap faktor lainnya. Persamaannya ada di penggunaan metode penelitian kuantitatif dan fokus pada hubungan antara kepuasan dan loyalitas. Namun,

¹⁰ Gita Oktaviani, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)*, (Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2019).

¹¹ Rizka Nurma Fadhillah, *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Mahasiswa Perbakan Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2018)*, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kediri, 2019).

perbedaannya adalah pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya melibatkan mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2018, sementara penelitian ini fokus pada nasabah pembiayaan BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

4. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta). Oleh Florensus Pureklolong (2017) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.¹²

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan hasilnya menampilkan ada positifnya pengaruh antara kepuasannya konsumen dan loyalitas, yang didukung oleh hasil pengujian t dengan nilai t hitung sebesar 12,977 dan signifikansi 0,000. Persamaannya dengan penelitian sebelumnya ada di pemakaian metode penelitian kuantitatif serta membahas tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas. Namun, terdapat perbedaan pada objek penelitiannya. Penelitian sebelumnya berfokus pada konsumen di Spink Tatto Studio Yogyakarta, sementara penelitian ini berfokus pada nasabah pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Klinik Praktek Dokter Gigi Dewi Sartika Di Kabupaten Gowa. Oleh

¹² Florensus Pureklolong, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Spink Tatto Studio Yogyakarta*. (Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017).

Siti Nur Azizah (2022) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar.¹³

Penelitian di atas memakai metode kuantitatif, dan hasil penelitiannya menampilkan nilai Alpha (reliabilitas) variabel X1 (kualitas pelayanan) sebesar 0,749, variabel X2 (kepuasan) sebesar 0,701, dan variabel Y (loyalitas) sebesar 0,669, yang semuanya lebih besar dari nilai probabilitas sebesar 0,60. Persamaannya dengan penelitian sebelumnya ada di pemakaian metode penelitian kuantitatif dan fokus pada hubungan kepuasan terhadap loyalitas. Namun, terdapat perbedaan pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada pasien di klinik praktek dokter gigi Dewi Sartika di Kabupaten Gowa, sedangkan penelitian ini fokus pada nasabah pembiayaan di BMT UGT Nusantara Capem Waru Sidoarjo.

¹³ Siti Nur Azizah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Klinik Praktek Dokter Gigi Dewi Sartika Di Kabupaten Gowa*. (Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar, 2022).