

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan di dunia bisnis pada zaman modern ini sudah sangat tinggi. Oleh karena nya perusahaan harus mampu mempertahankan tingkat kualitas pelayanan dan kualitas produknya agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atau konsumennya. Kualitas untuk saat ini menjadi peran penting bagi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan dan menghadapi persaingan yang baik bagi perusahaan lainnya .

Dimasa yang modern ini, lembaga keuangan baik dari bank maupun non bank memiliki permasalahan tethadap kepuasan nasabah, yaitu bagaimana cara lembaga tersebut dapat atau bisa memberikan kepuasan kepada setiap nasabahnya atau konsumennya. Oleh karena itu, untuk membentuk kepuasan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan juga produk yang bagus serta bagi hasil yang adil. Maka apabila nasabah tersebut merasa puas, nasabah kembali menggunakan produk tersebut. Hal ini berarti kepuasan menjadi kunci utama dalam setiap lembaga agar dapat meningkatkan jumlah penghimpunan dana atau dana pihak ketiga BMT Ugt Sidogiri Capem Waru

Secara umum produk jasa layanan BMT UGT Sidogiri Capem Waru memiliki aktivias yang berupa penghimpunan dana serta penyaluran dana. Perihal yang sama juga dicoba oleh KSPSS Harapan Ummat Sidoarjo. BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dan KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo memiliki perbedaan diantaranya tahun pendirian, lokasi, produk, promosi, dan harga :

### **Tabel 1.1**

**Perbandingan BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu  
Waru Sidoarjo dengan KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo**

No	Perbedaan	Bmt Ugt Sidogiri Capem Waru	KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo
1	Tahun Pendirian	Berdiri pada tahun 2009	Berdiri pada tahun 2010
2	Lokasi	(Jl Kolonel Soegiono No 76, Belahan, Wedoro, Kec Waru Kab Sidoarjo). BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Capem Waru Sidoarjo ini lokasinya strategis, dan lokasinya mudah dijangkau oleh masyarakat.	(Ruko King Safira, Residence Blok B2 No 02, Sepande, Kec Sandi Kab Sidoarjo) KSPPS Harapan Ummat ini lokasinya strategis namun tidak ada spanduk yang menunjukkan keberadaan lembaga tsb
3	Produk	<b>Produk Tabungan</b> <i>A. Tabungan Umum Syariah</i> Tabungan atau simpanan yang mana nasabah bisa menyetorkan dan mengambilnya secara suka suka dengan menggunakan akad mudharabah musyarakah dengan nisbah bagi hasil 30% untuk nasabah dan 70% untuk BMT <i>B. Tabungan Peduli Siswa</i>	<b>Produk Simpanan</b> <i>a. Simpanan Sukarela</i> Simpanan yang mana nasabah dapat mengambilnya kapan saja atau secara suka suka. <i>b. Simpanan Pelajar</i> Simpanan yang khusus untuk persiapan dana pendidikan yang mana hanya dapat diambil menjelang semester baru dan awal tahun ajaran baru <i>c. Simpanan Qurban</i> Tabungan atau simpanan yang digunakan khusus untuk

Sumber : Kepala Capem BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

	<p>Tabungan atau simpanan yang memberikan sebuah layanan dana yang dikhususkan untuk dinas pendidikan agar dapat membantu mengumpulkan dana tabungan siswa dengan akad mudharabah musyarakah dengan nisbah bagi hasil 40% untuk nasabah dan 60% untuk BMT</p> <p><i>C. Tabungan Idul Fitri</i></p> <p>Tabungan atau simpanan yang digunakan untuk mencukupi keperluan Idul Fitri yang menggunakan akad mudharabah musyarakah dengan nisbah bagi hasil 40% untuk nasabah dan 60% untuk BMT</p> <p><i>D. Tabungan Haji Al-Haromain</i></p> <p>Tabungan atau simpanan yang ikut turun tangan dalam pelaksanaan ibadah haji yang menggunakan akad mudharabah musyarakah, dengan nisbah bagi hasil 50% untuk nasabah dan 50% untuk BMT</p>	<p>persiapan dana ibadah qurban dapat diambil saat menjelang hari raya Idul Adha</p> <p>d. Simpanan Idul Fitri</p> <p>Simpanan yang dikhususkan untuk persiapan dana hari raya Idul Fitri yang mana simpanan ini dipergunakan secara berjamaah, 1 rekening memiliki anggota 25 peserta dan juga 1 koordinator</p> <p>e. Simpanan sukarela berjangka</p> <p>Simpanan yang dapat disimpan dalam jangka waktu yang telah ditentukan, yaitu 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan dengan nisbah bagi hasil untuk jangka waktu 3 bulan : 40% untuk anggota, 60% untuk nasabah, untuk jangka waktu 6 bulan : 45% untuk anggota, 55% untuk nasabah, untuk jangka waktu 12 bulan : 50% untuk anggota, 50% untuk nasabah</p> <p>f. Simpanan Umroh</p> <p>Simpanan yang dikhususkan untuk persiapan ibadah umroh</p> <p>g. Simpanan Samara</p> <p>Simpanan samara artinya simpanan sakinah, Mawaddah, Warohmah. Simpanan ini dikhususkan untuk persiapan</p>
--	---	---

Sumber : Anggota KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo

		<p><i>E. Tabungan Umrah Hasanah</i></p> <p>Tabungan atau simpanan yang ikut turun tangan dalam pelaksanaan ibadah umrah yang menggunakan mudharabah musyarakah dengan nisbah bagi hasil 40% untuk nasabah dan 60% untuk BMT</p> <p><i>F. Tabungan Mudharabah Berjangka</i></p> <p>Tabungan atau simpanan yang mana nasabah dapat menariknya sesuai batas tempo yang disetujui, yakni 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan dan 12 bulan yang menggunakan akad mudharabah</p> <p>G. Tabungan Qurban</p> <p>Tabungan atau simpanan yang digunakan untuk membantu serta memudahkan nasabah dalam melaksanakan ibadah qurban dan aqiqah yang menggunakan akad mudharabah musyarakah dengan nisbah bagi hasil 40% untuk nasabah dan juga 60% untuk BMT</p> <p><b>Produk Pembiayaan</b></p>	<p>dan pernikahan</p> <p><b>Produk Pembiayaan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Musyarakah</i></li> <li>2. <i>Murabahah</i></li> <li>3. <i>Ijarah</i></li> <li>4. <i>Mudharabah</i></li> </ol>
--	--	---	---

		<p><b>A. Akad Bagi Hasil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudharabah</li> <li>2. Musyarakah</li> </ol> <p><b>B. Akad Jual Beli</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Murabahah</li> <li>2. Ba'i Bitsmanil Ajil</li> <li>3. Saham</li> <li>4. Istishna'</li> </ol> <p><b>C. Akad Ujrah</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qard Al- Hasan</li> <li>2. Hawalah</li> <li>3. Ijarah</li> <li>4. Rahn</li> </ol>	
4 4	Promosi	<p>a. Strategi Promosi yang dikerjakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Waru ialah mendatangi dan mengajak UKM untuk menabung di koperasi tersebut, dengan cara menyebarkan pamflet di sosial media, dengan cara mengajak teman anggota BMT</p> <p>b. Promosi dalam tabungan mudharabah berjangka diberikan kepada 100 orang mendapat undian umroh</p> <p>c. Promosi dalam tabungan idul fitri</p>	<p>a. Strategi Promosi yang dikerjakan oleh KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo ialah mendatangi dan mengajak UKM untuk menabung di koperasi tersebut</p> <p>b. Promosi dalam simpanan idul fitri diberikan parcel dan tidak bisa dirupakan dengan uang</p> <p>c. Dalam produk simpanan sukarela berjangka di KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo terdapat bagi hasil</p>

		<p>diberikan parcel untuk nasabah dan parcel tersebut bisa dirupakan uang atau jajan</p> <p>d. Dalam setiap produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo terdapat bagi hasil</p>	
5	Harga	<p>Di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo ini, produk tabungan umum syariah, tabungan pedulimulasiswa mulai dari Rp 10.000, tabungan idul fitri mulai dari Rp 1.000, tabungan qurban mulai dari Rp 25.000, tabungan mudharabah berjangka mulai dari Rp 500.000, tabungan umrah dan haji mulai dari Rp 100.000</p>	<p>Di KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo, produk tabungan pelajar, dan tabungan suka rela mulai dari Rp 10.000, tabungan idul fitri Rp 20.000, simpanan samara dan simpanan qurban Rp 25.000, sedangkan simpanan umroh dan mudharabah berjangka mulai dari Rp 1.000.000</p>

Tabel 1.1 menjelaskan Perbedaan antara BMT UGT Sidogiri dengan KSPPS

Harapan Ummat Sidoarjo bahwa BMT Ugt Sidogiri Capem Waru lebih strategis, serta lokasinya terlihat oleh pengendara daripada KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo. KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo juga memiliki produk yang sama dengan BMT Ugt Sidogiri yaitu tabungan. Produk tabungan di BMT UGT Sidogiri ini lah lebih banyak macamnya dan juga setiap produk tabungannya memiliki nisbah bagi hasil. Sedangkan di KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo hanya produk simpanan sukarela berjangka yang memiliki nisbah bagi hasil. Meskipun tahun berdirinya hanya berjarak 1 tahun, akan tetapi lokasi, produk, harga, dan juga promosi BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo lebih

menarik

Dapat dilihat dari perbedaan tahun pendirian, lokasi, produk, promosi, dan juga harga antara BMT UGT Sidogiri Capem Waru dan KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo bahwa BMT UGT Sidogiri Capem Waru lokasinya lebih strategis, produk lebih banyak pilihan, dan promo yang menarik daripada di KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo dan harga dalam produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo relatif murah sehingga dapat mempermudah keuangan nasabah.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah sekumpulan instrumen pemasaran yang strategis yang bisa dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan guna mendapatkan tanggapan yang diinginkan perusahaan yang terdiri dari 4p, yaitu : Place (tempat atau lokasi), Price (harga), Promotion (Promosi), Product (produk). Dari sudut pandang penjual 4p ini digunakan sebagai sarana pemasaran yang tersedia guna mempengaruhi pembeli. Sedangkan 4P menurut sudut pandang pembeli yaitu digunakan sebagai sarana pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan<sup>1</sup>. Selain marketing mix yang menjadi kepuasan nasabah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, biaya, dan juga emosional.<sup>2</sup> Sebelum mengidentifikasi masalah penelitian, kegiatan observasi awal ini dijadikan sebagai acuan pertama untuk mendapatkan informasi awal sebelum menentukan masalah. Artinya, suatu identifikasi masalah perlu membutuhkan observasi, sehingga masalah yang diidentifikasi adalah masalah yang benar nyata dan akurat yang menggunakan observasi awal sebanyak 40 responden. Maka alasan nasabah memilih BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1* (Jakarta : Erlangga, 2012), 24

<sup>2</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), 158

**Tabel 1.2**

**Alasan Nasabah Memilih BMT Ugt Sidogiri Capem Waru Sidoarjo**

<b>No.</b>	<b>Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah</b>	<b>Jumlah (Nasabah)</b>
1.	Kualitas pelayanan	15
2.	Kualitas Produk	13
3.	Harga (Biaya Admin)	6
4.	Emosional	3
5.	Biaya	3
	<b>Jumlah</b>	<b>40</b>

*Sumber: Hasil Observasi (2020)*

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 15 nasabah yang memilih kualitas pelayanan dan 13 nasabah yang memilih kualitas produk. Sedangkan 6 nasabah memilih harga 3 nasabah memilih emosional dan juga hanya 3 nasabah yang memilih biaya. Sehingga dari kesimpulan di atas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara umum ialah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, emosional, dan biaya. Akan tetapi, faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru hanya terletak pada faktor kualitas pelayanan dan juga faktor kualitas produk karena menduduki jumlah responden yang tinggi.

Faktor faktor di atas sangat berpengaruh dalam mendorong nasabah menjadi lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan dan juga kualitas produk yang ada di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Faktor pelayanan dalam suatu perusahaan jasa dapat dikatakan bermutu, sederhana, memadai atau bahkan tidak menghasilkan suatu apapun, yang sepenuhnya hasil pelayanan bergantung pada evaluasi pelanggan. Bahkan jika perusahaan menilai itu sebagai kualitas, jika pelanggan menganggap itu bukan kualitas, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa akan tetap dianggap inferior. Mengingat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan

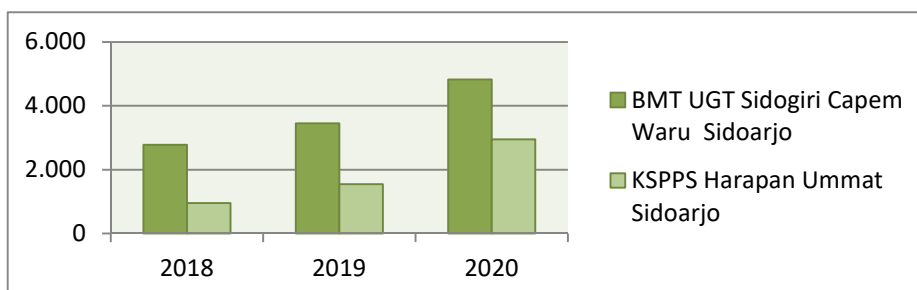


semakin berperan penting dalam keberhasilan perusahaan, dan memegang peranan kunci, hal ini memaksa perusahaan untuk meningkatkan eksternalitas perusahaan dengan mengedepankan suatu layanan yang bermutu terbaik kepada pelanggan. Maka dari itu, Tingkat pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri ialah Kualitas Produk. Kualitas Produk ialah suatu keadaan yang menunjukkan fisik, sifat, dan fungsi produk tersebut bermutu serta dapat memudahkan penggunaan konsumen untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh penulis, mayoritas yang menjadi nasabah BMT tersebut adalah nasabah yang menabung. Kepuasan nasabah tabungan memberikan keuntungan bagi BMT UGT Sidogiri Capem Waru nasabah yang puas akan menggunakan ulang dalam transaksi tersebut dan menyampaikan hal yang baik kepada konsumen lain tentang BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Semakin banyak konsumen yang mengetahui kelebihan BMT UGT Sidogiri Capem Waru mereka akan tertarik untuk mengikuti menggunakan produk BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Jika rata-rata nasabah tabungan memiliki rasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Waru, maka nasabah akan setia melakukan transaksi di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.

Berikut ini adalah jumlah nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dan KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo pada tahun 2018-2020:

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dan KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo Tahun 2018-2020**



*Sumber : Hasil Observasi (2020)*

Gambar 1.1 diagram dapat disimpulkan bahwasanya BMT UGT Sidogiri Capem Waru setiap tahunnya menambah nasabah yang begitu meningkat. BMT UGT Sidogiri Capem Waru ini juga merupakan cabang BMT UGT Sidogiri yang memiliki unit di Surabaya, Madura, Kediri. Meskipun 2 Lembaga ini sama sama di awasi oleh DPS, akan tetapi nasabah tetap memilih BMT UGT Sidogiri Capem Waru karena memiliki pelayanan dan produk yang berkualitas untuk nasabah. Selain itu berdasarkan pengamatan yang dilaksanakan oleh penulis, BMT Ugt Sidogiri Capem Waru ini yang didirikan karena banyaknya renterir di pasar waru sehingga BMT mempunyai ide untuk mendirikan agen di pasar waru yang mempunyai tujuan untuk menghindarkan UMKM dari renterir yang menggunakan riba dan juga nasabah bisa mencari modal melalui BMT UGT Sidogiri tersebut. BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dan KSPPS Harapan Ummat sama sama melakukan transaksi nya secara jemput bola di pasar akan tetapi di KSPPS Harapan Ummat Sidoarjo ini tidak melakukan transaksi secara jemput bola ke rumah nasabah sedangkan BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo mendatangi rumah nasabah. Itulah mengapa nasabah memilih BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo karena nasabah nya sendiri dianggap layak nya keluarga sendiri.

Produk tabungan syariah adalah produk tabungan yang memiliki dasar pada prinsip-prinsip syariah, yang mana Dewan Syariah Nasional sudah membuat pedoman yang menyatakan tabungan yang benar adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* atau *mudharabah*.

Berikut adalah data pendapatan BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dari 2 jenis produk yang ada. Dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 1.3**

**Total Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo per Akhir 31 Desember Thn 2018, 2019, dan 2020**

Nama Produk	Tahun			Persentase Pertumbuhan		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
<b>Tabungan</b>	2.655	3.244	4.399	-	22,2 %	35,6 %

*Sumber : Dokumen BMT UGT SIDOGIRI Capem Waru*

Tabel 1.3 menunjukkan total nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo per akhir 31 Desember tahun 2018,2019, dan 2020 dengan total nasabah pada produk simpanan tahun 2018 adalah 2.655 nasabah, tahun 2019 mencapai 3.244 nasabah dengan persentase pertumbuhan sebesar 22,2% tahun 2020 total nasabah mencapai 4.399 dengan persentase pertumbuhan 35,6%. Hal ini menunjukkan jika dilihat dari total nasabah maka jumlahnya mengalami peningkatan dalam setiap produknya, akan tetapi lebih banyak nasabah memilih menggunakan produk tabungan tersebut karena nasabah merasa puas menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1.3 menunjukkan hasil responden 40 nasabah sementara yang merasa puas menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo, yaitu :

**Tabel 1.4**

**Tingkat kepuasan nasabah memilih menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo**

No	Daftar Pertanyaan	Puas	Tidak puas
1	Nasabah merasa puas terhadap pelayanan BMT Ugt Sidogiri Capem Waru	10	0
2	Nasabah merasa puas menjadi anggota BMT Ugt Sidogiri Capem Waru serta tidak akan berpindah ke BMT yang lain	15	0
3	Memiliki produk gebyar tabungan ramadhan berjangka	5	3
4	Kinerja karyawan BMT dalam menabung sesuai yang diharapkan	3	0
5	Memiliki Berbagai ragam produk tabungan	3	2
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>5</b>

*Sumber : wawancara dengan nasabah*

Berdasarkan tabel 1.4, terdapat 35 nasabah yang memiliki rasapuas, dan Cuma 5 nasabah yang mempunyai rasa tidak puas. Nasabah yang memiliki rasa puas menjadi anggota nasabah BMT Ugt Sidogiri Capem Waru karena kinerja karyawan BMT sudah sesuai dengan yang apa diharapkan nasabah, memiliki berbagai ragam produk tabungan, pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah, dan juga memiliki gebyar tabungan ramadhan berjangka. Dan nasabah yang merasa tidak puas dalam hal BMT Ugt Sidogiri Capem Waru hanya memiliki produk gebyar tabungan ramadhan berjangka, sebagian nasabah lebih ingin memiliki bonus yang lainnya dan kurang memakai produk tabungan yang lainnya atau hanya menggunakan 1 jenis dari produk tabungan tersebut

Menurut penulis, pasar dipilih sebagai lokasi sesuai dengan fungsi dari BMT sendiri yaitu mengembangkan usaha-usaha kecil menengah, maka pemilihan lokasi dekat dengan pasar dilakukan sebagai strategi pemasaran BMT untuk mendapatkan nasabah atau mitra. Maka tak heran jikalau nasabah BMT Ugt Sidogiri Capem Waru ini lebih banyak karena nasabahnya adalah penduduk UMKM itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, kualitas pelayanan dan kualitas produk

sebuah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo perlu diukur, agar kepuasan nasabah dalam menerima layanan dapat tercapai, maka peneliti terdorong untuk mengkaji dan melakukan pengamatan lebih lanjut mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada BMT UGT SIDOGIRI Capem Waru).

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kualitas pelayanan di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Kabupaten Sidoarjo?
2. Bagaimana kualitas produk di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Kabupaten Sidoarjo?
3. Bagaimana kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Kabupaten Sidoarjo?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Kabupaten Sidoarjo?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Kabupaten Sidoarjo?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka tujuan dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo
2. Untuk mengetahui kualitas produk di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo
3. Untuk mengetahui kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di

BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

#### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat untuk banyak pihak, diantaranya untuk:

##### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Penelitian ini bisa dijadikan sumber bacaan dan literatur bagi seluruh mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya jurusan S1 Perbankan Syariah untuk membagikan tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

##### **2. Masyarakat umum**

Penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat dalam memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

##### **3. Instansi terkait**

Penelitian ini bisa dijadikan sumber literatur untuk memahami bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dan pihak universitas juga dapat memberikan komentar berupa saran atau kritikan yang memajukan terkait apabila terdapat ketidaksesuaian antara teori dan praktik di dalam pelaksanaan yang dilaksanakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

#### 4. Bagi Peneliti

Penelitian ini memiliki harapan juga untuk peneliti yaitu sebagai tuntutan menuntaskan pendidikan program studi Perbankan Syariah S1 di IAIN Kediri dan juga untuk menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo sehingga ketika wawasan dan pengetahuan sudah bertambah maka peneliti mampu merealisasikan ilmu yang telah didapat dalam kehidupan nyata

#### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu hasil jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris<sup>3</sup>. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

##### a. Hipotesis Pertama

H<sub>01</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

H<sub>a1</sub>: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

##### b. Hipotesis kedua

H<sub>02</sub> : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

H<sub>a2</sub>: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

##### c. Hipotesis ketiga

H<sub>03</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan

---

<sup>3</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2002), 69

nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

Ha<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan

nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo

## F. Telaah Pustaka

Peneliti telah memilah dari sekumpulan judul penelitian terdahulu yang terpaut dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terletak pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

1. “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di LKMS hubbul Wathon Sumowono”, oleh M.Syairozi, Mahasiswa IAIN Salatiga, 2006<sup>4</sup>. Peneliti menyimpulkan dari penelitian ini menggunakan metode kuantitatif guna memperoleh data yang diperoleh di lapangan dengan teori yang telah ada. Sampel dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 94 responden nasabah LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang yang menggunakan teknik purposive sampling. Persamaannya yaitu terletak pada penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya yaitu terletak pada obyek penelitian
2. “ *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT. BANK Pembangunan Daerah Bali* ”, Oleh Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Mahasiswa Unadaya, 2018<sup>5</sup> Hasil dari penelitian ini adalah peneliti yang memiliki tujuan untuk memiliki rasa tau terhadap pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Bali baik dari secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini terdapat, Sejumlah 100 orang responden dipilih

---

<sup>4</sup> M. Syairozi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di lkms hubbul wathon sumowono semarang*, (Salatiga : IAIN Salatiga,2006)

<sup>5</sup> Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT. BANK Pembangunan Daerah Bali*”, (Bali : Unbud, 2018)



yang menentukannya dengan metode penentuan sampel secara *non-probability sampling* berbentuk *purposive sampling*. Penelitian ini dengan penelitian tahun lalu memiliki kesamaan yaitu terletak pada penggunaan metode penentuan sampel secara *non-probability*. Perbedaannya terletak pada obyek penelitian

3. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*”, Oleh Intan Kamila, UIN SYARIF JAKARTA, 2017<sup>6</sup>. Hasil dari Penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dan metode analisis datanya menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*<sup>3</sup>. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis ialah terletak pada metode analisis data, Persamaannya yaitu terletak pada Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, dan juga Metode Pengumpulan data.
4. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA.Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk* oleh Zida Ni'matu Sholehah (2020), Mahasiswi Iain Kediri. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel X termasuk dalam kategori cukup dengan pembuktian bahwa nilai mean sebesar 70,49 berada diantara skor 67,843 dan 73,137. Sedangkan Variabel Y juga termasuk dalam kategori cukup dengan pembuktian nilai mean sebesar 52,42 berada pada skor 50,357 dan 54,483. Sehingga korelasi antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan adalah sangat kuat, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,821 dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ .<sup>7</sup> Persamaannya terletak pada Variabel Bebas yaitu Kualitas Produk dan Variabel Terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Perbedaannya yaitu terletak pada Obyek Penelitian yaitu Indomaret R.A

---

<sup>6</sup> Intan Kamilia, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*, (Jakarta : UIN SYARIF JAKARTA, 2017)

<sup>7</sup> Zida Ni'matu Sholehah, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA.Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)* (Kediri : Iain Kediri, 2020)

Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

5. *Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Pada Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo)*, Oleh Sevi Latifatul Chonifah (2020), IAIN Kediri<sup>8</sup>. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi dengan pembuktian hasil uji regresi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dan juga variabel pelayanan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembiayaan dengan pembuktian hasil uji regresi sebesar 0,012 ( $0,012 < 0,05$ ). Perbedaannya terletak pada Obyek Penelitian yaitu Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi dan variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembiayaan. Persamaannya terletak pada Variabel Pelayanan.

---

<sup>8</sup> Sevi Latifatul Chonifah, *Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Pada Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo)*, ( Kediri : IAIN Kediri, 2020 )