

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

BMT merupakan kependekan kata Baitul Mal wat Tamwil atau Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt almal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Mal wat Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.<sup>1</sup>

Perkembangan abad 21 ini konstelasi perekonomian Indonesia diramaikan dan diwarnai oleh ekonomi syariah. Berawal dari bank syariah, BPR syariah, reksadana syariah, multi-level marketing syariah dan koperasi syariah. Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dan Undang-undang Nomor 23 tahun 1999 tentang bank Indonesia telah memberikan pengukuhan dan melegalkan adanya bank syariah di Indonesia. Bahkan saat ini secara khusus telah diterbitkan

Undang-undang perbankan syariah Nomor 21 Tahun 2008 dan Undang-undang SBSN Nomor 19 Tahun 2008. Salah satu lembaga ekonomi rakyat yang menjadi syariah adalah koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan suatu usaha yang berbadan hukum koperasi yang dalam menjalankan aktivitasnya berdasarkan nilai-nilai syariah islam yang berlandaskan Al Qur'an dan hadist nabi. Dalam menjalankan usaha

---

<sup>1</sup> Dr.Andri Soemitra, M.A, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP, 2009) hlm.51.

koperasi syariah memiliki banyak produk salah satu produk usaha koperasi syariah ialah simpan pinjam.

Koperasi simpan pinjam syariah ini mempunyai perbedaan dengan lembaga simpan pinjam konvensional yang biasanya memakai perangkat bunga (Riba). Koperasi syariah dalam usaha simpan pinjam dalam sistem operasionalnya hampir sama dengan Baitul Mal Wat Tanwil (BMT). BMT merupakan lembaga ekonomi masyarakat yang memiliki tujuan untuk mendukung dan mendorong kegiatan ekonomi usaha rakyat kecil dan yang membutuhkan, dengan menerapkan nilai-nilai syariat islam sebagai landasannya. Kegiatan usaha utama BMT mencakup dua hal yaitu baitul tanwil dan baitul mal (Amelia, 2014).<sup>2</sup>

Kepuasan nasabah merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing sebuah usaha jasa adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan konsumen akan tercapai.<sup>3</sup> Dengan mengutamakan pelayanan yang baik maka nasabah/pelanggan akan mendapatkan kepuasan tersendiri dalam melakukan interaksi dan transaksi terhadap suatu perusahaan sehingga akan memudahkan perusahaan mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai target yang maksimal melalui penjualan perusahaan dengan jumlah pelanggan yang terus meningkat secara kontinuitas yang stabil. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh citra perusahaan dan kualitas pelayanan islami, kedua variabel tersebut sangat erat berhubungan dan saling berpengaruh terhadap variabel loyalitas dan variabel kepuasan. Perusahaan harus selalu

---

<sup>2</sup> Ninik Mas'adah, Elvina Assadam, dan Afifah Eka Oktavianti, *Analisis Sistem Bagi Hasil Pada Koperasi Syariah (Studi Koperasi Serba Usaha Syariah Surya Perkasa Solokuro Lamongan)*, Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER) Vol 1, No.2, 2020, hlm.154.

<sup>3</sup> Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpuna*, Jurnal Penelitian, (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), hlm. 116, (diakses pada 25 Januari 2021 pukul 11.05)

memperhatikan kedua hal tersebut dalam mempertahankan antara hubungan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.<sup>4</sup>

Dalam konteks BMT, kepercayaan yang tinggi yang diberikan akan berdampak besar bagi kelangsungan jangka panjang bagi BMT. Ketergantungan kepada anggota sangatlah penting supaya anggota selalu mempercayai BMT sehingga hubungan yang sudah terjalin akan bertahan lebih lama bahkan anggotanya memprioritaskan BMT sebagai pilihan pertamanya.

KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri merupakan BMT yang berada di Desa Muliasari, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin dan sedang berkembang pesat sejak pertama beroperasi pada tanggal 29 Agustus 2009 dengan anggota aktif berjumlah 1.151 orang. Pada saat ini, KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri merupakan salah satu BMT percontohan di kawasan transmigrasi. Berawal dari sulitnya mencari anggota sampai dengan sekarang banyaknya masyarakat yang ingin menjadi anggota KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan yang baik dan menerapkan prinsip syariah di setiap transaksi yang dilakukan mampu meyakinkan anggota.<sup>5</sup>

Adapun dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan secara umum pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri yaitu Sisa Hasil Usaha (SHU) dari yang ditargetkan oleh KSUS BMT tidak tercapai. SHU yang dicapai mengalami penurunan  $\pm 11\%$  dengan kata lain KSUS BMT Trans Mekar Sari mengalami kerugian ratusan juta pada situasi Pandemi Covid-19. Selain itu, kredit macet akibat situasi pandemi Covid-19 juga sangat besar yang meliputi semua unit usaha di KSUS BMT. Banyaknya

---

<sup>4</sup> Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang*, Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016, (diakses pada 29 Januari pukul 11.27 wib)

<sup>5</sup> Dokumen Arsip KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri

anggota mengeluhkan keterlambatan membayar pinjaman dikarenakan usaha yang dijalankan mengalami penurunan yang signifikan pada situasi pandemi ini. Berikut adalah data total anggota yang mengalami kredit macet sampai dengan tahun 2021.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Laporan Break Down Kolektibilitas**  
Per Tanggal 31 Maret 2021

<b>301 – Piutang Murabahah</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	40	301.140.750,00	84,20
Kurang Lancar	3	11.500.300,00	3,33
Diragukan	0	0,00	0,00
Macet	10	44.599.000,00	12,47
Jumlah	53	357.240.050,00	100%
NPL (Non Performing Loan)	13	56.099.300,00	15,8%
NPL			= 15,80%
<b>302 – Piutang Hiwalah</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	9	50.491.150,00	70,01
Kurang Lancar	0	0,00	0,00
Diragukan	0	0,00	0,00
Macet	6	21.632.700,00	29,99
Jumlah	15	72.123.850,00	100%
NPL	6	21.632.700,00	29,99

<sup>6</sup> Wawancara dengan Siti Rohayah, S.Sos selaku Ketua KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri pada tanggal 9 Februari 2021 pukul 10.36 wib

(Non Performing Loan)			%
NPL			= 29,99%
<b>303 – Piutang Gadai</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	0	0,00	0,00
Kurang Lancar	0	0,00	0,00
Diragukan	0	0,00	0,00
Macet	0	0,00	0,00
Jumlah	0	0,00	0,00
NPL (Non Performing Loan)	0	0,00	0,00
NPL			= 0,00%
<b>304 – Pembiayaan Mudharabah</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	2	75.000.000,00	100,00
Kurang Lancar	0	0,00	0,00
Diragukan	0	0,00	0,00
Macet	0	0,00	0,00
Jumlah	2	75.000.000,00	100%
NPL (Non Performing Loan)	0	0,00	0,00
NPL			= 0,00%
<b>305 – Pembiayaan Musyarakah</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	95	688.712.650,00	64,45
Kurang Lancar	11	53.665.400,00	5,17

Diragukan	5	75.649.200,00	7,31
Macet	181	239.324.918,00	23,07
Jumlah	2	1.057.352.168,00	100%
NPL (Non Performing Loan)	0	368.639.518,00	35,55%
NPL			= 35,55%
<b>306 – Pembiayaan Pertanian</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	39	325.000.000,00	91,30
Kurang Lancar	3	30.000.000,00	5,22
Diragukan	2	8.000.000,00	1,39
Macet	2	12.000.000,00	2,09
Jumlah	46	375.000.000,00	100%
NPL (Non Performing Loan)	7	50.000.000,00	8,7
NPL			= 8,70%
<b>307 – Pembiayaan Slayding</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	0	0	0,00
Kurang Lancar	0	0	0,00
Diragukan	0	0	0,00
Macet	0	0	0,00
Jumlah	0	0	0%
NPL (Non Performing Loan)	0	0	0,00
NPL			= 0,00%

<b>308 – Qordul Hasan</b>			
Kolektibilitas	Jml Rek	Baki Debet	Persen
Lancar	0	0	0,00
Kurang Lancar	0	0	0,00
Diragukan	0	0	0,00
Macet	0	0	0,00
Jumlah	0	0	0%
NPL (Non Performing Loan)	0	0	0,00
NPL			= 0,00%
Total Pinjaman	297	1.936.716.068	

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai Variabel Intervening diperoleh Research Gap sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Research Gap Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah	Citra berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Endang Tjahjaningsih (2013)
	Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah	Indah S. Mandong, Altje L. Tumbel, dan Hendra N. Tawas (2017)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Pada penelitian Endang Tjahjaningsih<sup>7</sup> menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena semakin tinggi citra, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Dalam konteks hubungan konsumen dan penjual, ketika pelanggan dirasakan manfaat sosial yang lebih tinggi, mereka lebih loyal dengan penjual. Sedangkan menurut penelitian Indah S. Mandong, Altje L. Tumbel, dan Hendra N. Tawas<sup>8</sup> menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah karena loyalitas nasabah ternyata tidak tergantung pada citra perusahaan/bank. Hal ini dapat terjadi oleh karena bank-bank saat ini mendapat jaminan dari pemerintah terkait dengan dana dari nasabah. Disamping itu produk-produk yang diberikan juga rata-rata sama. Sehingga nama bank tidak terlalu menjadi masalah bagi responden. Hal ini juga diperkuat dengan informasi bahwa umumnya responden tidak hanya menyimpan uang di satu bank saja.

**Tabel 1.3**  
**Research Gap Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah**

Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah	Hasil Penelitian	Peneliti
	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Suratno, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono (2016)
	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah	Alifah Nuraini (2014)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

<sup>7</sup> Endang Tjahjaningsih, *Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang)*, Media Ekonomi dan Manajemen Vol 28. No 2 Juli 2013, hlm.24, (diakses pada 29 Januari 2021 pukul 09.36 wib)

<sup>8</sup> Indah S. Mandong, Altje L. Tumbel, Hendra N. Tawas, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado*, Jurnal EMBA Vol.5 No.3 September 2017, Hal.3218, (diakses pada 9 Maret 2021 pukul 13.02)



Pada penelitian Suratno, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono<sup>9</sup> menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan. Sedangkan menurut penelitian Alifah Nuraini<sup>10</sup> menyatakan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah karena pelayanan teller yang cepat serta keramahan mereka merupakan hal yang memang seharusnya dilakukan di dalam melayani nasabah. Sehingga pelayanan karyawan terhadap nasabah, merupakan standar kerja yang memang harus dilakukan oleh setiap bank, termasuk di dalamnya bank syariah. Khusus untuk bank syariah, keramahan karyawan yang dilakukan dengan senyuman terhadap nasabah yang mayoritas muslim sangat disarankan. Tersenyum merupakan bagian dari ibadah dan sesama muslim adalah saudara. Mengacu pada pernyataan tersebut, sangatlah wajar jika pelayanan bukan merupakan faktor penyebab loyalitas.

**Tabel 1.4**  
**Research Gap Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah	Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan	Putri Apriyanti , Djasuro Surya , dan Lutfi (2017)
	Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Anang Panggah Wartanto (2019)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

---

<sup>9</sup> Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, *Op Cit*, (diakses pada 29 Januari pukul 11.27wib)

<sup>10</sup> Alifah Nuraini, *Pengaruh Citra Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. IX, No. 1, Desember 2014, hlm.78, (diakses pada 9 Maret 2021 pukul 12.46 wib)

Pada penelitian Putri Apriyanti , Djasuro Surya , dan Lutfi<sup>11</sup> menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena perusahaan mampu melayani pelanggan sehingga nasabah yakin dan percaya dengan perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Anang Panggah Wartanto<sup>12</sup> menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan, karena Bank BPRS Dana Amanah mempunyai citra yang baik tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Maksudnya nasabah di bank syariah tidak membutuhkan citra atau reputasi bank, pada realitanya nasabah era sekarang akan puas, bukan karena dari penilaian dari citra bank, nasabah akan mencari tahu, membuktikan dan merasakan sendiri agar nasabah merasa puas memahami sendiri realitanya. Sehingga citra perusahaan bukan nilai patokan nasabah untuk mempengaruhi kepuasan.

**Tabel 1.5**  
**Research Gap Kualitas Pelayanan Islami terhadap**  
**Kepuasan Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013)
	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jarot Santosa, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto (2020)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

<sup>11</sup> Putri Apriyanti , Djasuro Surya , Lutfi, *Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)*, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT), Vol. 1 (2), Nopember 2017, hlm.162 (diakses pada 2 Februari 2021 pukul 20.01)

<sup>12</sup> Anang Panggah Wartanto, Skripsi: *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BPRS Dana Amanah Surakarta)"*(Salatiga : IAIN Salatiga, 2019), hlm. 89, (diakses pada 2 Februari 2021, pukul 21.33)

Pada penelitian Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati<sup>13</sup> menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pelangi Malang karena memiliki arsitektur bangunan yang unik perpaduan antara budaya kuno Jawa dan Negeri Belanda sehingga mampu memberikan kenyamanan bagi pelanggan saat menginap di hotel. Selain itu karyawan Hotel Pelangi Malang yang cepat dan tepat waktu sesuai yang dijanjikan dalam merespon permintaan tamu pelanggan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut penelitian Jarot Santosa, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto<sup>14</sup> menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jateng Cabang Purwodadi karena penggunaan variabel kualitas pelayanan tidak efektif, yaitu pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh langsung.

**Tabel 1.6**  
**Research Gap Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah	Kepuasan nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Syafieq Fahlevi Almassawa (2018)
	Kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	Mutmainnah (2017)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

<sup>13</sup> Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 6 No. 2 Desember 2013, hlm.6, (diakses pada 5 Februari 2021 pukul 09.06 wib)

<sup>14</sup> Jarot Santosa, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto, *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* Vol 7, No 1 (2020) ; p.16-24; [https://e-journal.stie-  
aub.ac.id/index.php/excellent](https://e-journal.stie-<br/>aub.ac.id/index.php/excellent), hlm.21, (diakses pada 2 Februari 2021 pukul 20.21)

Pada penelitian Syafieq Fahlevi Almassawa<sup>15</sup> menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Hal tersebut membuktikan bahwa pelanggan yang puas belum tentu loyal hal tersebut sekali lagi terjadi karena persaingan di dunia otomotif sekarang ini dimana daya beli masyarakat yang rendah dibandingkan dengan banyaknya jumlah dealer sehingga semua dealer berlomba untuk memuaskan pelanggannya. Sedangkan menurut penelitian Mutmainnah<sup>16</sup> menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan Kepuasan nasabah secara langsung tidak memengaruhi loyalitas nasabah PD BPR Bahteramas Bombana. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pelanggan tidak merasa loyal dan mempunyai keinginan tidak menabung di PD BPR Bahteramas Bombana.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?
2. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?

---

<sup>15</sup> Syafieq Fahlevi Almassawa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No.3, Juli 2018, hlm.83, (diakses pada 6 Februari 2021 pukul 20.02 wib)

<sup>16</sup> Mutmainnah, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 10 No. 2 September 2017, hlm.213, (diakses pada 09 Maret pukul 13.11 wib)

3. Bagaimana pengaruh langsung citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?
4. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?
5. Bagaimana pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?
6. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?
7. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago?

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dan untuk menghindari perluasan pembahasan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian ini dibatasi pada Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai Variabel Intervening di Tanjung Lago, Banyuasin.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung citra perusahaan terhadap kebijakan kepuasan nasabah pada loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.
7. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening loyalitas nasabah pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago.

## **E. Manfaat Penelitian**

Hal yang paling utama dalam melakukan suatu penelitian yaitu manfaat dari penelitian itu sendiri. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

### **1. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai variabel intervening.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan Islami yang akan disajikan lebih lanjut, sehingga dapat mendorong perusahaan dalam pembuatan kebijakan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri di Tanjung Lago, Banyuasin.

#### **c. Bagi Akademisi**

Menambah ilmu pengetahuan pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai variabel intervening (Studi kasus KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kec. Tanjung Lago), serta sebagai masukan pada penelitian yang sama di masa yang akan datang.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar acuan bagi pengembangan kajian teoritik dan penelitian selanjutnya dalam bidang ekonomi syari'ah, serta diharapkan dapat menjadi masukan terkait pengembangan mata kuliah manajemen sumber daya manusia.

## **F. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dari penulisan penelitian ini yaitu terdiri dari 5 bab yang masing-masing dirincikan menjadi beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II      LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi buku atau jurnal yang mendukung kajian dan analisis yang akan penulis sampaikan, serta penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

### **BAB III     METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, identifikasi



variabel penelitian, teknik analisis data dan hipotesis penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, hasil dari analisis data dan hasil uji hipotesis serta hasil pembahasan penelitian.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir, dimana penulis menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah digunakan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**