

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan industri lembaga keuangan syariah saat ini telah menciptakan persaingan usaha konsumen di Kabupaten Tulungagung. Peranan lembaga syariah dalam aktivitas ekonomi tidak jauh berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. Keberadaan lembaga keuangan syariah dalam sistem lembaga keuangan nasional di Indonesia diharapkan dapat mendorong perkembangan perekonomian nasional. Perbedaan mendasar antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional terletak pada prinsip-prinsip dalam transaksi keuangan dan operasional.

Secara teoritis, lembaga syariah berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. Lembaga keuangan syariah terikat dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam al-Qur'an dan al-Hadist. Transaksi-transaksi pada lembaga keuangan syariah harus terhindar dari riba (*interest*) dan kontrak-kontrak yang mengandung ketidakpastian (*gharar dan maysir*), menekankan pada prinsip bagi hasil dan risiko, mengutamakan investasi pada sektor ekonomi halal dan harus didasari pada transaksi riil (*asset-based*).¹

Prinsip lembaga keuangan syariah sebagai lembaga intermediasi diartikan sebagai lembaga keuangan yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito kemudian dana yang terkumpul tersebut

¹ Rama, *Minat Investasi Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah* (Studi Kasus Di Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara Periode 2017-2018), skripsi UIN SU, 23

diinvestasikan pada sektor ekonomi yang dibolehkan secara syariah. Lembaga keuangan syariah dan konvensional secara fungsi memiliki beberapa kesamaan khususnya pada pengumpulan dana pihak ketiga melalui tabungan dan investasi. Namun kedua sistem itu sangat berbeda pada instrumen pembiayaannya. Lembaga keuangan syariah mengembangkan instrumen pembiayaan non bunga (*interest-free financing instruments*) yang berdasarkan pada dua prinsip, yaitu bagi hasil dan risiko (*profit- and loss-sharing*) dan tambahan margin (*mark-up margin*). Sedangkan bank konvensional menganut pinjaman (*loan*) berdasarkan riba (*interest*).²

Selain bagi hasil dan risiko (*profit- and loss-sharing*) sebagai perbedaan antara lembaga keuangan syariah dan konvensional. Salah satu ciri utama lembaga keuangan syariah yang berdampak positif terhadap pertumbuhan sektor riil dan ekonomi yaitu bahwa lembaga keuangan syariah lebih menekankan pada peningkatan produktivitas. Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang menekankan konsep sistem berbasis aset dan produksi (*asset and production based system*) sebagai ide utamanya. Mudharabah dan musharakah adalah cerminan utama dari ide tersebut.

Paradigma dalam konsep lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah adalah *risk sharing* yaitu mendorong para deposan dan pihak lembaga keuangan untuk sama-sama berbagi risiko bisnis. Konsep ini akan membuat para deposan untuk berhati-hati dalam memilih bank, dan sekaligus memotivasi manajemen bank untuk berhati-hati dalam menyalurkan

² *Ibid*, hal 24

pembiayaan atau dalam melakukan investasi.³ Oleh karenanya, lembaga keuangan syariah lebih menekankan pada jenis pembiayaan ekuitas (*equity financing*). Jenis pembiayaan ini lebih diprioritaskan. Hal ini dikarenakan melalui pola ini pemilik dana akan ikut berpartisipasi dalam risiko sehingga mereka akan berhati-hati dalam mengelola risiko dan tetap melakukan pengawasan terhadap aktivitas pihak peminjam. Model pembiayaan lainnya adalah pembiayaan berbasis jual beli (*sale-based modes of financing*). Model pembiayaan lembaga keuangan syariah ini akan sangat mendukung peningkatan produksi barang dan jasa secara riil. Akhirnya, konsep bagi hasil (*musyarokah dan mudhorabah*) dan jual beli serta sewa akan berdampak terhadap pertumbuhan sektor ekonomi riil dan pada akhirnya mendorong perubahan perilaku masyarakat untuk memanfaatkan lembaga keuangan syariah.

Perubahan perilaku masyarakat atau konsumen merupakan hal yang sangat penting dan patut untuk diperhatikan dalam suatu strategi pemasaran, baik itu berupa pemasaran barang maupun pemasaran jasa. Istilah dari perilaku konsumen ini dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan ataupun perilaku, serta suatu proses psikologi yang memacu dan memunculkan suatu tindakan disaat sebelum membeli, proses membeli, menggunakan, menghabiskan suatu produk dan setelah melaksanakan tindakan tersebut atau biasa disebut evaluasi.⁴ Teori atas perilaku konsumen adalah suatu landasan bagian dari ekonomi mikro yang dipandang sangat penting dan esensial. Memahami perilaku konsumen maka akan

³ *Ibid*, hal 25

⁴ Ujang sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor; Ghalia Indonesia, 2014), 26.

mempermudah dalam mencapai tujuan pemasaran yaitu mencapai laba yang maksimal.⁵ Dalam perilaku konsumen terdapat perilaku berpindah yang dilakukan konsumen atau lebih dikenal dengan *switching behaviour*, baik itu berpindah merek maupun berpindah layanan.

Memahami *switching behaviour* tidak kalah pentingnya dengan memahami perilaku konsumen. *Switching behaviour* penting untuk dipahami oleh setiap perusahaan karena untuk menjaga pelanggan yang ada saat ini.⁶ Secara komprehensif pengertian *switching behaviour* merupakan proses dimana konsumen meninggalkan hubungannya dengan penyedia layanan produk saat ini dengan menggantikannya dengan pesaing atau seluruhnya untuk jangka waktu tertentu.⁷ Terdapat banyak alasan para konsumen melakukan *switching behaviour* diantaranya adalah pertimbangan pelayanan, kepercayaan, komitmen, dan kepuasan konsumen. Selain hal tersebut, penelitian tentang *switching behaviour* dipengaruhi oleh pertimbangan harga, kegagalan layanan inti, kompetisi, masalah etika dan berpindah dengan terpaksa.⁸ Terjadinya *switching behaviour* yang dilakukan oleh konsumen sangat berpengaruh pada stabilitas perusahaan, seperti terjadinya penurunan pendapatan atau laba perusahaan. Melihat beberapa faktor yang mempengaruhi *switching behaviour* seperti pertimbangan pelayanan,

⁵ Lamb, Hair, Mc.Daniel. *Pemasaran Buku 1* (Jakarta ; Salemba Empat, 2001), 20

⁶ Simon, Gyasi Nimako, *Customer Switching Behaviour. A Theoretical Review and Research Agenda*, *Research Journal of Social Science & Management*, Volume 02, number:03, July-2017, hlm.74

⁷ Ujang sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor; Ghalia Indonesia, 2014), 26.

⁸ ibid

kepercayaan, komitmen, dan kepuasan konsumen, maka perusahaan harus lebih cermat dan hati-hati.

Dalam pelayanan lembaga keuangan syariah kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) kepada anggota koperasi maupun calon anggota merupakan salah satu faktor kunci yang paling penting bagi keberhasilan perusahaan lembaga keuangan, khususnya koperasi syariah. Kualitas pelayanan dimulai dari pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka merekalah yang menentukan kualitas jasa yang mereka konsumsi⁹. Dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pembelian ulang dan terbentuknya loyalitas pelanggan, dalam hal ini penumpang ditentukan oleh kualitas jasa lembaga keuangan yang mereka rasakan. Anggota koperasi yang puas dengan jasa yang mereka konsumsi biasanya tidak akan mudah beralih ke lembaga lain, kemudian akan loyal kepada perusahaan, dan lebih penting lagi mereka tidak akan mudah beralih ke lembaga keuangan lain (*switching behaviour*). Mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah *Tangibles* (bukti fisiki) prasarana yang berkaitan dengan layanan konsumen juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan, *Reliability* (kehandalan) Dalam unsur ini, perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang handal. Produk jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan, *Responsiveness* (daya tangkap) para anggota perusahaan

⁹ ibid

juga harus memperhatikan janji spesifik kepada konsumen, *Assurance* (jaminan) Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, dan *Empaty*¹⁰ dari kelima aspek tersebut akan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen yaitu puas terhadap produk yang dikonsumsi sehingga menimbulkan dampak enggan perpindahan konsumen dari lembaga keuangan konvensional ke syariah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya¹¹. Lembaga keuangan syariah yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabah yang melakukan kegiatan perbankan, maka lembaga keuangan tersebut mampu menunjukkan mutu dan kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan dari anggota koperasi ataupun calon anggota koperasi akan menciptakan suatu kepercayaan terhadap lembaga keuangan.

Kepercayaan merupakan kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkannya dirinya pada suatu merek dan risikonya karena adanya harapan bahwa merek itu akan memberikan hasil yang positif¹². Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan menjadi faktor penentuan anggota koperasi dalam memutuskan menggunakan lembaga keuangan syariah atau tidak, dengan adanya kepercayaan, anggota koperasi merasa yakin terhadap lembaga keuangan yang dipilih sebagai tempat lembaga keuangan yang berbasis syariah.

¹⁰ J. Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 77.

¹¹ Ibid, 56.

¹² Lau, Geok Then and Sook Han Lee. *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. (Journal of Market Focused Management. 4, 1999), pp 341-370.

Anggota koperasi yang merasa puas dari pelayanan yang diberikan lembaga keuangan dapat menunjukkan sikap komitmen dalam menuntut kesetiaan pelanggan. Sikap tidak puas yang muncul menjadikan masalah pada tingkat komitmen anggota koperasi. Rendahnya komitmen dari anggota koperasi tersebut, maka banyak anggota koperasi yang beralih kepada lembaga keuangan lain, seperti perpindahan dari lembaga keuangan konvensional ke syariah.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan telah dilakukan oleh beberapa ahli pemasaran dibidang jasa. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chi Bo Wong di institusi Hong Kong memandang sikap loyalitas terbentuk oleh kepuasan dan komitmen mahasiswa, sedangkan Jose I. Rojas-Mendez memandang loyalitas mahasiswa di suatu institusi perguruan tinggi dibentuk adanya kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan, kepuasan yang mempengaruhi kepercayaan, kepercayaan yang mempengaruhi komitmen dan komitmen yang mempengaruhi loyalitas. Penelitian mengenai kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dilakukan oleh Marcellia Susan dengan variabel kepercayaan sebagai variabel mediator dalam membentuk kepuasan mahasiswa, sedangkan Oyvind dan Helgesen dan Erik Nasset melakukan penelitian tentang kepuasan mahasiswa yang dibentuk oleh adanya kualitas pelayanan, info, sosial, fasilitas dan komitmen, dari kepuasan munculah sikap loyalitas terhadap perguruan tinggi. Peneliti banyak yang memiliki perbedaan dalam memandang kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa sebagai pengguna pelayanan jasa.

Pelayanan jasa yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada jasa lembaga keuangan. Setelah dikeluarkannya dasar

hukum yang berupa undang-undang no.7 pada tahun 1992 tentang sektor perbankan, merupakan babak baru atas lembaga keuangan syariah dan terbentuklah lembaga keuangan syariah pertama yaitu bank syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat. Potensi pertumbuhan pangsa pasar keuangan syariah masih terbuka lebar, adanya perusahaan lembaga keuangan syariah yang banyak diminati masyarakat akan membangun optimisme masa depan industri keuangan syariah di Indonesia.

Pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan syariah yang cukup signifikan dan pertumbuhan ekonomi yang tinggi di waktu yang bersamaan menarik minat untuk dilakukan kajian apakah sektor lembaga keuangan syariah yang saat ini mengalami peningkatan minat dan pertumbuhan secara fantastik dan konsisten (tumbuh rata-rata 40% per tahun) benar-benar berkontribusi secara empiris dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam jangka panjang. Perkembangan lembaga keuangan yang ada di provinsi Jawa Timur sangatlah tinggi, hal ini terlihat dalam kurun waktu lima tahun terakhir pertumbuhan koperasi syariah sangat signifikan, yaitu tahun 2012 jumlah koperasi 25.042, tahun 2013 menjadi 25.154 koperasi, pada tahun 2014 menjadi 25.552, tahun 2015 menjadi 27.140 dan tahun 2016 menjadi 27.472, untuk lebih detailnya terdapat pada tabel 1.1 berikut.¹³

¹³ <https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/04/16/1992/koperasi-yang-berbadan-hukum-menurut-jenis-koperasi-dan-permodalan-di-kabupaten-tulungagung-2017.html> diakses 10 juni 2019

Tabel. 1.1 Pertumbuhan Lembaga Koperasi Syariah di Jawa Timur

Tahun	Jumlah koperasi
2012	25.042
2013	25.154
2014	25.552
2015	27.140
2016	27.472

Secara khusus pertumbuhan koperasi pembiayaan syariah yang ada di Tulungagung mengalami peningkatan untuk 5 tahun terakhir hal ini bisa dilihat bahwa pada tahun 2013 jumlah KSPPS sebanyak 50, kemudian di tahun 2014 menjadi 75, pada tahun 2019 menjadi 160, jika di bandingkan dengan lembaga koperasi konvensional maka jumlah koperasi konvensional tidak begitu banyak pertumbuhan dalam 5 tahun terakhir yaitu bisa dilihat dari jumlahnya sebanyak 28 dari tahun 2015 hingga 2019.¹⁴ Peningkatan jumlah koperasi syariah ini berpengaruh terhadap banyaknya jumlah anggota koperasi syariah yang ada di kabupaten Tulungagung. Strategi koperasi syariah yang ada di Tulungagung bisa dilihat dengan adanya penerapan segmentasi pasar dan pangsa pasar yang dituju dengan mengelompokkan produk pembiayaan dengan kebutuhan

¹⁴ <https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2018/04/16/1992/koperasi-yang-berbadan-hukum-menurut-jenis-koperasi-dan-permodalan-di-kabupaten-tulungagung-2017.html> diakses 10 juni 2019

masyarakat, seperti pembiayaan dan kerjasama serta simpanan dana tabungan haji dan umroh, yang merupakan salah satu kewajiban bagi umat muslim.

Masyarakat Tulungagung mayoritas adalah masyarakat muslim, sehingga dalam melaksanakan kegiatan ekonomi tidak bisa terlepas dari peranan lembaga keuangan, baik itu lembaga keuangan konvensional maupun syariah. Pelarangan riba dalam kegiatan perekonomian menjadikan kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan lembaga keuangan syariah di Kabupaten Tulungagung. Ada banyak koperasi syariah yang ada di Kabupaten Tulungagung, koperasi syariah yang ada di Kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan sejak tahun 2010 hingga tahun 2018 yaitu yang semula berjumlah 15 unit koperasi menjadi 60 koperasi, sedangkan untuk jumlah nasabahnya meningkat dari 1700 nasabah menjadi 15.236 nasabah.¹⁵ Peningkatan jumlah unit koperasi syariah ini dipicu karena tingginya minat masyarakat untuk merubah perilaku prinsip ekonomi yang menggunakan riba beralih kepada syariat agama dengan prinsip syariah. Koperasi syariah yang ada di Tulungagung bergerak dibidang keuangan syariah di bidang pembiayaan, investasi dan simpan pinjam dengan pola bagi hasil. Pangsa pasar koperasi syariah adalah untuk kalangan masyarakat menengah baik muslim maupun non muslim, adapun koperasi konvensional yang ada di Tulungagung memiliki produk berupa pembiayaan, investasi, simpanan dalam bentuk simpanan pokok dan wajib bagi anggota. Pangsa pasar yang mencakup keseluruhan masyarakat yang ada di Tulungagung, menjadikan banyak beberapa koperasi

¹⁵ <https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2018/04/16/1992/koperasi-yang-berbadan-hukum-menurut-jenis-koperasi-dan-permodalan-di-kabupaten-tulungagung-2017.html> diakses 10 juni 2019

konvensional yang beroperasi. Seiring banyaknya persaingan usaha dibidang bisnis lembaga keuangan syariah dalam beberapa tahun terakhir terjadi naik dan turun jumlah anggota koperasi. Dengan adanya permasalahan seperti ini peneliti membuat judul tentang **PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SWITCHING BEHAVIOUR NASABAH KOPERASI SYARIAH DI KABUPATEN TULUNGAGUNG.**

B. Identifikasi masalah dan pembatasan masalah

Masalah merupakan kesenjangan antara kenyataan berbeda dengan apa yang ada seharusnya. Identifikasi masalah adalah salah satu dari proses penelitian yang penting, karena suatu penelitian diawali dengan adanya masalah maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya lembaga keuangan bank maupun non bank di Indonesia khususnya lembaga keuangan syariah di kabupaten Tulungagung.
2. Kebijakan pemerintah mengatasi perekonomian di Indonesia melalui lembaga keuangan syariah.
3. Permasalahan yang terjadi adalah kualitas pelayanan lembaga keuangan terhadap pertumbuhan ekonomi.
4. Meningkatnya jumlah koperasi syariah yang ada dikabupaten Tulungagung.
5. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah nasabah lembaga keuangan.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung?
- b. Adakah pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung?
- c. Adakah pengaruh kepuasan terhadap terhadap komitmen anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung?
- d. Adakah pengaruh kepercayaan terhadap *switching behaviour* anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung?
- e. Adakah pengaruh komitmen terhadap *switching behaviour* anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian mencakup ada isi dan rumusan masalah penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap *switching behaviour* anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung.

E. Hipotesis penelitian

Hipotesis penelitian mencakup dugaan jawaban atas rumusan masalah penelitian. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1 : terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung.

H2 : terdapat pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung .

H3 : terdapat pengaruh kepuasan terhadap terhadap komitmen anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung.

H4 : terdapat pengaruh kepercayaan terhadap *switching behaviour* anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung.

H5 : terdapat pengaruh komitmen terhadap *switching behaviour* anggota koperasi syariah di kabupaten Tulungagung.

F. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini kiranya dapat dijadikan masukan bagi lembaga terkait dengan peningkatan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan bagi anggota koperasi .

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan peneliti selanjutnya untuk referensi penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan pertumbuhan ekonomi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan pertumbuhan ekonomi .

G. Penegasan Istilah

Menghindari adanya kesalahan dalam menafsirkan judul thesis ini, maka peneliti perlu memberikan penegasan atau pengertian pada istilah-istilah dalam judul tersebut yang sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya :

3. Definisi Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terdiri dari dua suku kata yaitu kualitas dan pelayanan. Mengenai definisi kualitas pelayanan, Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan ¹⁶.

b. Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya¹⁷.

c. Kepercayaan

Mengenai kepercayaan, kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada suatu merek dan risikonya karena adanya harapan bahwa merek itu akan memberikan hasil yang positif ¹⁸.

¹⁶ Zulian Yamit. (2005). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

¹⁷ J. Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

¹⁸ Lau, Geok Then and Sook Han Lee.(1999). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. 4, pp 341-370.

d. **Komitmen**

Komitmen dibutuhkan setiap perusahaan dalam menjaga hubungan antara penyedia jasa dan konsumen. Perlunya komitmen yang tinggi dari konsumen sangat memiliki kontribusi maksimal bagi perusahaan penyedia jasa. Komitmen merujuk pada keinginan untuk mempertahankan sebuah hubungan yang bernilai¹⁹.

e. **Switching Behaviour**

Secara komprehensif pengertian *switching behaviour* merupakan proses dimana konsumen meninggalkan hubungannya dengan penyedia layanan produk saat ini dengan menggantikannya dengan pesaing atau seluruhnya untuk jangka waktu tertentu.²⁰

4. **Definisi Operasional**

Secara komprehensif pengertian *switching behaviour* merupakan proses dimana konsumen meninggalkan hubungannya dengan penyedia layanan produk saat ini dengan menggantikannya dengan pesaing atau seluruhnya untuk jangka waktu tertentu.²¹

¹⁹ Walter, Achim, Thilo A Muelle,. And Gabriele Helfert. (2001). *The Impact of Satisfaction, Trust and Relationship Value on Commitment: Theoretical Considerations and Empirical Results*. University of Karlsruhe, Germany.

²⁰ Rama, *Minat Investasi Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Di Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara Periode 2017-2018)*, skripsi UIN SU, 23

²¹ Ibid