BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia kini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk yang ditawarkan maupun kualitas layanan yang diberikan serta teknologi yang dimiliki. Kondisi tersebut mengakibatkan kalangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) semakin berlomba-lomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapat keunggulan kompetitif .

Dalam upaya meningkatkan keunggulan daya saing tersebut, setiap Lembaga Keuangan Syariah (LKS) hendaknya mampu menciptakan suatu strategi yang dinilai dapat meningkatkan produktivitas dan mutu jasa yang diharapkan anggota. Produktivitas dan mutu menjadi salah satu faktor yang sangat penting karena menggambarkan kinerja ekonomis lembaga keuangan. Kinerja ekonomis dari lembaga keuangan meliputi dua hal yaitu kinerja keuangan dan kinerja operasional. Kinerja keuangan dinilai berdasarkan aliran dana yang terjadi, sedangkan kinerja operasional dinilai berdasarkan proses yang melibatkan anggota secara langsung dalam bentuk pelayanan yang diberikan.

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatannya berpedoman pada prinsip-prinsip ekonomi islam. Lahirnya Lembaga Keuangan Syariah seperti BMT

memilki peran yang cukup signifikan khususnya dalam hal penyediaan modal usaha bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan dana. Dalam anggaran dasar BMT disebutkan prinsip- prinsip dasar individu insan BMT adalah secara konsekekuen, konsisten dan persisten (istiqomah) berpegang syariah dan mengembangkan perilaku untuk bertekad mengubah cara hidup menjadi lebih baik, memperbaiki niat bekerja dan berusaha untuk beribadah kepada Allah.[2]

BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang di kota Blitar. BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar bergerak dalam bidang keuangan yang berdasarkan asas kepercayaan, sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan lembaga ini. BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar Kanigoro hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil dengan sistem bagi hasil/tanpa bunga. BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar berdiri pada tanggal 6 Juni 2000 di Surabaya dan mendapatkan Badan Hukum Koperasi dan Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. Dengan demikian sejak saat itu BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar mulai bergerak untuk membantu masyarakat/pengusaha kecil yang membutuhkan bantuan modal. BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar mengalami perkembangan yang cukup pesat dari mulai didirikannya pada tahun 2000 hingga saat ini. Keunggulan

[2] Moh. Isro'I, dkk, *BMT Bahtera The Journey*, (Pekalongan: NEM- Anggota IKAPI, 202), hal 146

yang dimiliki oleh BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dapat dilihat dari segi aspek pelayanannya yang ramah dan optimal dari mulai memberikan jasa pelayanan kepada anggota. Dari segi lokasi BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar terletak pada posisi strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Salah satu dari sekian banyaknya BMT yang berkembang yaitu KSPPS BMT PETA Blitar. Keberadaan KSPPS BMT PETA Blitar sangat membantu perekonomian masyarakat dan anggota khususnya dengan memberikan modal pinjaman dana untuk mengembangkan usaha yang telah ada maupun untuk berwirausaha. KSPPS BMT PETA Blitar sendiri berdiri sejak tanggal 10 November 2018. Keunggulan yang dimiliki KSPPS BMT PETA Blitar yaitu dari segi pelayanan dimana pelaksanaan akad pembiayaan dan pencairan dapat dilakukan di rumah anggota. Hal ini bertujuan agar anggota yang rumahnya jauh dari kantor bisa merasakan pelayanan prima. Selain itu juga penerapan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun) yang berhasil diberikan pada saat melayani anggota maupun pengunjung. Hal ini bertujuan agar anggota maupun pengunjung merasa nyaman, dihargai dan tidak ragu untuk datang kembali ke KSPPS BMT PETA Blitar.

Selain keunggulan yang dimiliki oleh masing- masing BMT di atas, keunggulan lain dapat dilihat juga dari banyak berdirinya kantor cabang BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar maupun di KSPPS BMT PETA. Berikut ini adalah kantor cabang BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar maupun di KSPPS BMT PETA yang tersebar di beberapa wilayah.

Tabel 1. 1
Daftar Kantor Cabang BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar

No.	Kantor Cabang
1	Pasuruan
2	Surabaya
3	Jember
4	Bangkalan
5	Probolinggo
6	Situbondo
7	Gresik
8	Bondowoso
9	Lumajang
10	Banyuwangi
11	Malang
12	Kediri
13	Blitar

Sumber: Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar

Tabel 1. 2
Daftar Kantor Cabang KSPPS BMT PETA

No.	Kantor Cabang
1	Blitar
2	Tulungagung
3	Sidoarjo
4	Trenggalek
5	Blora
6	Grobogan
7	Jember
8	Jombang
9	Kediri
10	Kudus
11	Pati
12	Semarang

Sumber: Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 di atas diketahui bahwa banyak berdirinya kantor cabang BMT Nusantara maupun BMT Peta di beberapa wilayah di Indonesia. Untuk itu menciptakan loyalitas anggota merupakan hal yang sangat bermanfaat bagi BMT saat ini untuk untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup BMT. Loyalitas anggota

bukan tujuan akhir dari perusahaan namun sebagai proses untuk perbaikan internal perusahaan serta akan turut menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Berikut jumlah anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar maupun di KSPPS BMT PETA Blitar yang diperoleh dari Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Nusantara Kanigoro dan KSPPS BMT PETA Blitar tahun 2019-2020:

Tabel 1. 3
Jumlah Anggota di BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar maupun di KSPPS BMT PETA Blitar

Lembaga	Tahun		
	2019	2020	2021
BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar	2.661	2.700	2.743
KSPPS BMT PETA Blitar	1.611	1.663	1.700

Sumber Data: Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Nusantara Kanigoro dan KSPPS BMT PETA Blitar

Berdasarkan data di atas, terlihat jelas bahwa jumlah anggota BMT Nusantara Kanigoro maupun di KSPPS BMT PETA Blitar dari tahun 2019-2021 selalu mengalami peningkatan. Di mana pada tahun 2019 jumlah anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar adalah 2.661 selanjutnya pada tahun 2020 meningkat menjadi 2.700 kemudian pada tahun 2021 jumlah anggota menjadi 2.743. Begitu juga pada KSPPS BMT PETA Blitar , jumlah anggota pada tahun 2019 tercatat 1.611, selanjutnya pada tahun 2020 meningkat menjadi 1.663 kemudian pada tahun 2021 jumlah anggota menjadi 1.700.

Hal ini menunjukkan bahwa BMT Nusantara Kanigoro maupun di KSPPS BMT PETA Blitar mempunyai nilai lebih di hadapan para anggota dengan selalu memberikan pelayanan yang baik dan produk yang ditawarkan sesuai apa yang diharapan anggota. Menjaga kepercayaan dengan selalu memberikan apa yang diharapkan anggota saat bertransaksi juga menjadi salah satu nilai lebih BMT Nusantara Kanigoro maupun di KSPPS BMT PETA Blitar. Akan tetapi, dengan pencapaian anggota yang terus meningkat akan menjadikan sebuah tantangan bagi ke dua BMT tersebut untuk tetap mempertahankan anggota lama dan menarik anggota baru.

Rambat Lupiyoadi menyatakan bahwa menjadi organisasi/ perusahaan yang berfokus pada anggota adalah pilihan strategis bagi dunia usaha agar mampu bertahan di tengah persaingan ketat pada kalangan lembaga keuangan lainnya. Salah satu cara adalah dengan menciptakan loyalitas anggota dengan peningkatan kualitas layanan.[3]

Wyckof menyatakan kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan anggota. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan anggota maka akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap anggota sehingga memiliki dampak positif yaitu keloyalitasan anggota.[4]

Dalam lingkungan bisnis, pada umumnya perusahaan menyadari bahwa kunci penting mempertahankan anggota adalah dengan cara menjaga

---

[3] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014) hal 104

[4] Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan,* (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal 118

kepercayaan anggota.[5] McKnigt, Kacmar dan Choudry menyatakan bahwa kepercayaan dibangun antara pihak- pihak yang belum saling mengenal satu sama lain. melalui interaksi atau transaksi. Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga kepercayaan terhadap anggota agar anggota merasa yakin bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota sehingga menciptakan loyalitas anggota.[6]

Pada umumnya, riset tentang loyalitas anggota kurang memahami perubahan dan tingkat kepentingan yang ada dalam benak anggota. Dapat dilihat, semakin tingginya persaingan saat ini di dalam menawarkan produk yang menyebabkan selera anggota cepat berubah. Anggota mudah sekali terpengaruh dengan promosi- promosi produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Dalam melakukan riset tentang loyalitas anggota maka perusahaan harus mampu memperhatikan dimensi komitmen yang merupakan unsur perilaku mempertahankan dan menjaga hubungan kedua belah pihak. Komitmen sebagai keinginan abadi untuk menjaga hubungan yang dihargai. Ini menunjukkan bahwa tingkat yang lebih tinggi dari kewajiban untuk membuat suatu hubungan berhasil dan untuk membuatnya saling memuaskan

---

[5] Rudyanto, *Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Nilai terhadap Komitmen dan Loyalitas Pelanggan Melalui Layanan Elektronik (E- Service) Usaha Wisata*, Jurnal Hospitur, hal 84

[6] Barnes, James G, *Secrets Of Customer Relationship Management*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal 148

dan menguntungkan.[7] Komitmen dikaitkan dengan suatu keyakinan bahwa tidak akan ada suatu komitmen apabila salah satu pihak atau kedua-duanya merasa bahwa hubungan itu tidak saling menguntungkan. Pritchard menyatakan bahwa komitmen mempunyai kecenderungan untuk melawan perubahan preferensi yang menjadi sebuah kunci perintis terjadinya loyalitas.[8]

Sejalan dengan teori di atas, penelitian yang dilakukan oleh Franasista Viana Wemben, Lisbeth Mananeke, Ferdy Roring yang menyatakan bahwa kualitas layananan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota dan secara parsial variabel kualitas layanan brpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota terhadap pegadaian.[9]

Dalam penelitian Evie Suyanto Putri yang menyatakan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen secara bersama- sama berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas anggota dalam memilih produk tabungan simpedas Bank Jatim di Surabaya.[10]

Dalam penelitian Levina Dharmayanda yang menyatakan bahwa Kualitas layanan, komitmen anggota dan kepercayaan anggota berpengaruh

---

[7] Nelson Ndubisi, *Journal of Marketing: Relationship Marketing and Customer Loyalty*, Vol.25 No.1, 2007, hal 100

[8] Mulyo Budi Setyawan dan Ukudi, *Op. cit*, hal.219

[9] Franasista Viana Wemben, dkk, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota pada Pegadaian UPC Tanjung Batu*, Jurnal EMBA, Vol. 8 (4), 2020, hal. 119

[10] Evie Suyanto Putri, Artikel: Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen terhadap Loyalitas Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Simpeda Bank Jatim Surabaya, (Surabaya: STIE Perbanas Surabaya, 2018), hal 10

positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pensiunan Bank Jatim cabang Blitar.[11]

Sebagai salah satu bentuk Lembaga Keuangan Syariah (LKS), BBMT Nusantara Kanigoro maupun di KSPPS BMT PETA Blitar juga menyadari bahwa nilai keunikan produk yang mereka tawarkan penting untuk menciptakan citra dalam benak anggota. Oleh sebab itu, ke dua BMT tersebut harus mengetahui bagaimana penilaian anggota terhadap layanan yang telah diberikan selama ini serta apa harapan anggota atas apa yang telah diberikan, sehingga dapat menjadi patokan bagi lembaga untuk memperbaiki dan meningkatkan kepercayaan dan komitmen anggota.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Anggota BMT Nusantara Kanigoro dan KSPPS BMT PETA Blitar".**

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang sejauh mana kualitas layanan , kepercayaan dan komitmen dapat mempengaruhi loyalitas anggota pada suatu lembaga keuangan syariah. Berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dan komitmen anggota sangat berkaitan erat, di mana kualitas memberikan suatu dorongan kepada anggota untuk menjalin

[11] Levina Dharmayanda, *Tesis: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Komitmen dan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Mediasi*, (Malang: UMM, 2018), hal 24

ikatan yang kuat dengan perusahaan, menghadapkan BMT dalam persaingan memperoleh anggota demi mempertahankan kelangsungan usahanya.

2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman sebagian masyarakat terhadap produk—produk BMT yang dapat berakibat pada rendahnya kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya di BMT.
3. Loyalitas anggota merupakan evaluasi purnabeli di mana alternative yang dipilih sekurang- kurangnya sama atau melampaui harapan anggota.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini untuk menjawab dari permasalahan yang ada, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
3. Apakah terdapat pengaruh komitmen terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah ditemukan sebelumnya maka tujuan dari studi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
3. Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat. Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini nantinya diharapkan bermanfaat sehingga bisa menambah informasi serta dapat memperluas khasanah ilmu pengetahuan terkait dengan variabel kualitas layanan, kepercayaan, komitmen, dan loyalitas anggota.

2. Kegunaan secara Praktis

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu saja diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat secara praktis. Manfaat praktis yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar

Hasil penelitian ini akan memberikan informasi pihak BMT tentang hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan, daan komitmen terhadap loyalitas anggota disana. Dan juga penelitian ini nantinya diharapkan bisa memberi masukan yang bermanfaat bagi pihak Lembaga Keuangan terhadap kebijakan- kebijakan yang akan diambil oleh pihak Lembaga Keuangan untuk menjaga eksistensinya.

b. Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulunngagung

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi terkait analisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas anggota BMT yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah dan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan. Sehingga peneliti selanjutnya daap memaparkan lebih mendalam mengenai lembaga keuangan syariah yang diteliti.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa luas cakupan pembahasan dan menghindari ketidak terkendalinya batasan masalah yang berlebihan.

1. Ruang lingkup

   Penelitian ini menganalisis loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar yang diukur dengan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen anggota

2. Keterbatasan Penelitian

   a. Peneliti hanya memfokuskan penelitiannya pada BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar yang dijadikan objek dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner untuk diisi oleh sejumlah anggota yang ada pada BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar

   b. Variabel dependent yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota dan variabel independent yang digunakan adalah kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan istilah-istilah dalam penelitian ini serta memahami pokok-pokok uraian, maka penulis mengemukakan pengertian dari judul “Pengaruh Kualitas Layanan Anggota, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Anggota pada BMT BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.[12] Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan, apakah mampu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.[13] Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan emphaty dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada anggota yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan anggota waktu itu dan saat itu juga.

b. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Sumarwan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan itu sering disebut perkaitan objek-atribut *(objecy-atribut linkage),* yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan.[14] Sedangkan menurut Mowen dan Minor kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

---

[12] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan) Dikutip dari https://kbbi.web.id/layan, pada Hari Kamis, Tanggal 19 November 2021, Pukul 07.33 WIB

[13] Fandy Tjiptono, *Op. cit*, hal. 66

[14] E. M. Sangadji dan Sopiah, *Op. cit*, hal. 201

Kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi.[15]

c. Komitmen

Komitmen adalah unsur perilaku sebagi upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak agar hubungan lebih bermakna. Tidak akan terjadi suatu komitmen kalau salah satu atau kedua belah pihak merasa bahwa hubungannya tidak menguntungkan. Dengan perkataan lain komitmen berarti di dalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan ini.[16]

d. Loyalitas Anggota

Loyalitas merupakan respon yang berupa pemilihan satu Lembaga dari sekumpulan lembaga yang ada dan diekspresikan dalam jangka waktu yang Panjang. Loyalitas merupakan tujuan *Relationship Marketing*, untuk mempertahankan loyalitas tersebut lembaga tidak hanya dapat menyandarkan pada kepuasaan yang dirasakan anggota namun juga menciptakan kepercayaan dan komitmen kuat bagi anggotanya

[15] Priansa D. J., *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 116

[16] Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, *Op. cit*, hal. 218

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT UGT Nusantara Kanigoro Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

a. Kualitas layanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan seseorang.
b. Kepercayaan merupakan suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa cukup tahu dan menganggap dirinya telah mencapai kebenaran.
c. Komitmen merupakan suatu kondisi dimana seseorang menjalin keterikatan pada diri sendiri dan pihak lain.
d. Loyalitas anggota merupakan suatu sikap setia dan patuh dalam diri seseorang terhadap suatu lembaga dan melakukan penggunaan produk maupun jasa serta mempercayakan dananya untuk ditempatkan pada lembaga keuangan sampai waktu yang tidak dapat ditentukan.
e. BMT merupakan suatu badan usaha yg bergerak dalam bidang keuangan yang dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan syariah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas prinsip kekeluargaan.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab. Masing-masing memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci,

sistematis dan berkesinambungan agar dapat dipahami dengan baik. Diantara sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, pada bab ini memaparkan secara singkat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II: Landasan Teori, pada bab ini memaparkan tentang kerangka teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian, pada bab ini menguraikan tentang beberapa hal yang terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian**,** pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V: Pembahasan, pada bab ini berisi hasil penelitian yang berorientasi untuk menjawab masalah penelitian, memodifikasi teori yang ada dan menjelaskan implikasi isi dari penelitian.

BAB VI: Penutup, pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran-saran bagi penelitian yang akan datang.