BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga-lembaga keuangan syariah semakin berkembang pesat sejak dikeluarkannya UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang yang didalamnya mengatur mengenai dunia perbankan syariah beserta operasional di dalam dunia perbankan syariah. Perkembangan lembaga keuangan syariah dibuktikan dengan salah satu wacana yang diterbitkan oleh www.humas.uii.ac.id yang menyatakan bahwa di tahun 2008 memperlihatkan ada kurang lebih 25 lembaga perbankan komersial syariah dan lebih dari 100 bank perkreditan rakyat (BPRS). Asuransi juga tumbuh begitu cepat yaitu ada sekitar 20 perusahaan. Begitu juga perusahaan penerbit saham dan obligasi syariah yang sering disebut sukuk pun telah menarik banyak investor. Hal ini belum terhitung perkembangan lembaga keuangan mikro syariah seperti *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), dan organisasi Pengelola Zakat (OPZ), yang jumlahnya tidak kurang dari 4000 lembaga tersebar di Indonesia.[2]

Dari wacana tersebut dapat diketahui jika lembaga keuangan syariah telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang lumayan signifikan.

[2] Eva Rofiana, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga atau Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus BMT Amal Mulia)*, (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hal. 1, diakses melalui webside pada tanggal 25 September 2017

Terlebih lagi dari pihak pemerintah yang juga mendukung adanya lembaga keuangan syariah. Dukungan dari pemerintah ini terbukti pula dengan wacana yang diterbitkan oleh www.okezone.com yang menyatakan bahwa pemerintah mendukung adanya lembaga keuangan syariah. Dukungan tersebut dibuktikan dengan adanya regulasi dan sosialisasi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dalam wacana tersebut juga disebutkan, meskipun sistem keuangan syariah belum terlalu dikenal dikalangan masyarakat namun untuk kedepannya sistem keuangan syariah mempunyai prospek yang baik.[3]

Dari wacana itu pula dapat diketahui jika pemerintah sangat mendukung adanya lembaga keuangan syariah yang pada kenyataanya memang mempunyai donasi besar terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang mana salah satu lembaga keuangan syariah yang didukung oleh pemerintah adalah lembaga keuangan perbankan ataupun lembaga keuangan semi perbankan.

Berbicara mengenai perkembangan lembaga keuangan syariah pasti tidak lepas dari munculnya salah satu lembaga keuangan syariah yaitu BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*). BMT juga memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian dan mensejahterakan masyarakat. Berdirinya BMT akan memberikan kemudahan pelayanan jasa semi perbankan, terutama bagi pengusaha atau pedagang golongan ekonomi lemah sehingga akan mampu menggali potensi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan pendapatan serta

[3] https://economy.okezone.com/read/2017/01/17/320/1593576/prospek-keuangan-syariah-di-2017-makin-terbuka, diakses pada tanggal 16 November 2017 pukul 14.35

mengembangkan perekonomian di pedesaan. Dengan demikian keberadaan BMT diharapkan mampu mempunyai efek yang sangat kuat dalam menjalankan misinya dan dapat mengurangi ketergantungan pengusaha kecil dari lembaga-lembaga keuangan informal yang bunganya relatif tinggi. Pemberian pembiayaan sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi pengusaha kecil.[4]

Baitul maal wa tamwil (BMT) memiliki 2 peran yaitu sebagai lembaga sosial dan lembaga bisnis. Sebagai lembaga sosial, *baitul maal* memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, *baitul maal* harus didorong agar mampu berperan secara professional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial yang lainya.

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yaitu simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yang menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkanya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.[5]

Kedua bidang tersebut sudah melekat erat di lembaga keuangan khususnya di BMT (*baitul Maal wa Tamwil*) Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Letak dari BMT yang strategis yaitu berdekatan dengan sekolah, daerah pertokoan, serta puskesmas menjadi peluang yang bagus bagi BMT

---

[4] Mohammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), hal. 142

[5] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

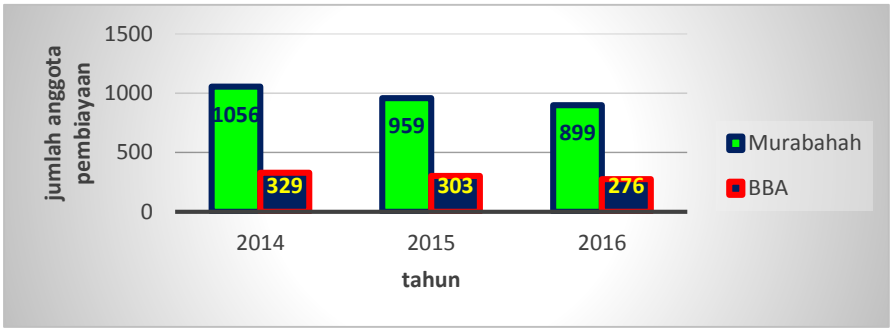
Istiqomah. Ditambah dengan letak posisi kantor BMT yang berada di pinggir jalan utama sehingga mudah untuk dijangkau. Hal tersebut menambah daya tarik bagi anggota maupun calon anggota untuk datang ke BMT Istiqomah.

Operasional di BMT Istiqomah juga sama dengan BMT-BMT pada umunya, yaitu menghimpun dana dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito kemudian menyalurkan kepada masyarakat pula dalam bentuk pembiyaan anggota. BMT Istiqomah juga melakukan penggalangan dana zakat, infaq, dan shodaqoh yang nantinya dana tersebut akan disalurkan kepada anggota BMT yang kurang mampu ataupun juga untuk masyarakat umum yang tergolong kurang mampu. BMT Istiqomah sendiri sebagai alat intermediasi untuk anggota BMT yang kelebihan dana dengan anggota yang kekurangan dana selalu menjaga dan mempertanggungjawabkan setiap sistem operasional di dalam transaksi yang dilakukan. Ini dilakukan untuk mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan dari anggota sehingga nantinya akan menimbulkan rasa puas serta dampak akhirnya adalah loyalitas atau ksetiaan para anggota BMT.

Berbicara mengenai loyalitas, semua lembaga keuangan syariah yang berukuran mikro maupun makro pasti menginginkan sesuatu yang lebih dari para anggota atau nasabahnya. Begitu juga dengan BMT Istiqomah yang tidak hanya menginginkan keuntungan dari para anggotanya tapi juga kesetiaan (loyalitas) para anggotanya. Keloyalitasan anggota akan terlihat jika mereka melakukan pembiayaan berulang-ulang di BMT Istiqomah. Keinginan untuk mendapatkan kesetiaan (loyalitas) anggotanya ini tentu ada alasanya, yakni

loyalitas anggota akan menentukan profitabilitas dari BMT Istiqomah itu sendiri, sehingga pihak BMT harus mempunyai cara dan strategi untuk mempertahankan kesetiaan (loyalitas) para anggotanya. Keloyalitasan anggota pembiayaan juga dapat dilihat dari jumlah anggota pembiayaan setiap tahunnya yang bisa mengalami penurunan atau peningkatan. Berikut grafik jumlah anggota pembiayaan BMT Istiqomah mulai tahun 2014-2016:

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Anggota Pembiayaan Tahun 2014-2016



Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa jumlah anggota yang melakukan pembiayaan semakin menurun dari tahun ke tahun. Berarti grafik tersebut menunjukkan bahwa banyak anggota BMT Istiqomah yang tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk-produk pembiayaan di BMT Istiqomah yang merupakan salah satu ciri-ciri dari keloyalitasan anggota BMT.

Loyalitas dari anggota BMT merupakan asset yang tak ternilai bagi lembaga keuangan khususnya bagi BMT istiqomah. Dalam buku milik Philip Kottler, Oliver menyebutkan kesetiaan (loyalitas) sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran

yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku. Banyak faktor yang mempengaruhi keloyalitasan anggota BMT antara lain, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan, desain produk, harga, dan kepercayaan dari para anggota. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi sikap loyal maupun tidak loyal dari para anggota pembiayaan. Apabila faktor-faktor tersebut dirasa mencukupi dan sesuai dengan harapan anggota pembiayaan, maka sikap loyal akan ditunjukkan oleh para anggota pembiayaan di BMT.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keloyalitasan anggota BMT adalah kepuasan dari para anggotanya. Kepuasan sendiri oleh Kotler diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesanya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapanya.[6] Anggota akan merasa senang dan puas apabila persepsi dan keadaan sebenarnya atau kinerja adalah sama dan begitu pula sebaliknya.

Kepuasan anggota sebenarnya masih bersifat abstrak, pencapaian kepuasan dapat merupakan suatu proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peran setiap individu dalam *service encounter* sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.[7] Rasa puas dari para anggota BMT dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *emotional factor* dan kemudahan yang dirasakan oleh para anggota BMT. Rasa puas atau tidak puas akan ditunjukkan oleh anggota

---

[6] Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI), 2015), hal. 32

[7] *Ibid*, hal. 33

pembiayaan setelah mereka membandingkan keadaan nyata (kinerja pada BMT) dengan persepsi (harapan) mereka. Anggota pembiayaan akan merasa puas apabila keadaan nyata (kinerja pada BMT) sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Begitu juga sebaliknya, anggota akan merasa tidak puas jika keadaan nyata (kinerja pada BMT) tidak sesuai dengan harapan mereka.

Tingkat margin (harga) biasanya menjadi faktor yang sangat sensitif. Pada umumnya anggota BMT akan memilih BMT yang memberikan tingkat margin (harga) yang rendah, sehingga strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan loyalitas anggota BMT adalah dengan memberikan tingkat margin yang tidak terlalu tinggi pada produk pembiayaan. Seperti yang telah kita ketahui jika BMT akan mendapatkan keuntungan dari margin pembiayaan yang dilakukan oleh anggota BMT. Margin tersebut didapatkan oleh pihak BMT setelah terjadi akad antar pihak BMT dengan anggota BMT yang melakukan pembiayaan. Namun dalam penentuan tingkat margin (keuntungan) pihak BMT tidak bisa secara leluasa memberikan tingkat margin yang sangat tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dari para anggota yang melakukan pembiayaan, karena tingkat margin yang diberikan kepada anggota akan mempengaruhi sikap anggota BMT selanjutnya. Tak sedikit dari para anggota yang bertanya besarnya presentase margin yang didapatkan oleh pihak BMT, kemudian mereka membandingkanya dengan lembaga keuangan lainya. Jika saja tingkat margin yang diberikan oleh pihak BMT Istiqomah tergolong sangat tinggi, maka ada kemungkinan anggota BMT akan berpindah tempat untuk memperoleh pembiayaanya. Mereka akan berpikir dua kali untuk

kembali menggunakan produk di BMT Istiqomah karena mereka merasa tidak puas dengan tingkat margin yang diberikan oleh pihak BMT.

Kemudian untuk penerapan prinsip syariah sendiri, sebenarnya prinsip syariah masuk dalam kategori faktor pendukung kepuasan yaitu *emotional factor*. Prinsip syariah yang dilakukan oleh BMT Istiqomah akan membekas dalam ingatan anggota pembiayaan dan membentuk persepsi anggota yang akhirnya akan berdampak pada kepuasan dan keloyalitasan anggota BMT Istiqomah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Intan dan Emile menyatakan bahwa penerapan prinsip syariah berpengaruh terhadap keloyalitasan nasabah. Jika penerapan prinsip syariah tidak benar-benar diterapkan maka anggota BMT akan bertanya kemudian apa perbedaan BMT dengan lembaga keuangan lainya seperti bank konvensional maupun koperasi konvensional. Sedangkan anggota memilih BMT salah satu alasannya adalah untuk bertransaksi secara aman dan sesuai dengan syariat Islam. Penerapan nilai syariah ini akan membuat para anggota BMT berpikir dua kali untuk menaruh keloyalitasannya pada BMT jika nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah tidak dijalankan dengan baik dan benar. Kemudian nantinya juga akan mempengaruhi profitabilitas BMT Istiqomah sendiri. Sebaliknya, jika nilai-nilai syariah diterapkan dengan benar maka itu akan membuat anggota BMT merasa diuntungkan secara materiil dan psikis karena merasa puas dengan pelayanan berdasarkan prinsip syariah yang diberikan oleh pihak BMT. Adanya nilai kepuasan tersebut secara otomatis angota BMT akan menaruh kepercayaan dan loyalitas (kesetiaannya)

kepada BMT dengan cara melakukan pembelian kembali produk-produk di BMT terutama pada produk pembiayaan *murabahah*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai seberapa besar pengaruh tingkat margin dan penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* dengan kepuasan sebagai variabel yang memperkuat atau memperlemah keloyalitasan anggota BMT Istiqomah. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **"Pengaruh Tingkat Margin (Harga) dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan *Murabahah* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada *Baitul Maal wa Tamwil* Istiqomah Karangrejo Tulungagung)".**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian yang akan dilakukan antara lain:

1. Identifikasi Masalah Pada Variabel Tingkat Margin

   Anggota Koperasi maupun BMT yang melakukan pembiayaan pasti akan memilih lembaga keuangan yang memberikan tingkat bunga yang rendah. Dimana jika di aplikasikan di lembaga keuangan syariah yang berarti tingkat margin yang cukup rendah. Dari pembiayaan-pembiayaan yang pernah dilakukan oleh BMT Istiqomah tidak jarang dari para anggota yang melakukan pembiayaan bertanya berapa persen margin yang di berikan oleh pihak BMT. Mereka bertanya dan membandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan lain yang menurut mereka serupa. Tingkat margin yang

diberikan oleh pihak BMT akan mempengaruhi kesetiaan (loyalitas) para anggota BMT. Tingkat margin yang tinggi membuat anggota BMT merasa terbebani dan merasa tidak puas dengan tingkat margin yang diberikan. Sehingga mereka akan keluar dari keanggotaan BMT dan memilih pindah kepada lembaga keuangan lain yang memberikan tingkat margin yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan BMT Istiqomah.

2. Identifikasi Masalah Pada Variabel Penerapan Prinsip Syariah

Penerapan prinsip syariah sendiri menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas (kesetiaan) anggota BMT. Penerapan syariah yang kurang benar membuat anggota BMT menjadi ragu untuk melakukan pembiayaan di BMT tersebut. Selain itu anggota BMT juga akan membandingkan BMT dengan lembaga keuangan konvensional seperti koperasi dan bank konvensional jika mereka tidak merasa puas dengan pelayanan yang menekankan pada prinsip syariah. mereka akan menjadikan itu sebagai satu alasan untuk dapat keluar dari keanggotaan di BMT Istiqomah. Apabila hal itu terjadi berarti loyalitas (kesetiaan) anggota tidak didapatkan oleh pihak BMT Istiqomah.

3. Identifikasi Masalah Pada Variabel Loyalitas Nasabah

Loyalitas (kesetiaan) anggota BMT Istiqomah terkadang bisa menurun atau bahkan tidak ada sama sekali akibat dari ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan maupun produk-produk di BMT Istiqomah.

Keloyalitasan (kesetiaan) nasabah dapat dibuktikan dengan cara pembelian ulang produk-produk di BMT Istiqomah atau dengan cara membantu memasarkan BMT Istiqomah dengan cara pemberitahuan dari mulut ke mulut. Anggota yang tidak lagi melakukan pembelian ulang kepada produk-produk dan sampai berpindah ke lembaga lain berarti anggota tersebut tidak menaruh kesetiaan mereka kepada BMT Istiqomah. Yang mana hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal sehingga mereka memilih keluar dari menjadi anggota di BMT tersebu**t.**

4. Identifikasi Masalah Pada Variabel Kepuasan

Kepuasan anggota sering menjadi salah satu faktor pemicu kesetiaan dari anggota suatu lembaga keuangan. Para anggota akan menaruh kesetiaan mereka jika mereka merasakan puas atas jasa atau produk yang diberikan oleh lembaga keuangan termasuk BMT (*baitul Maal Wa Tamwil*). Dan apabila mereka merasakan ketidakpuasan tidak menutup kemungkinan jika mereka akan berpaling mencari lembaga keuangan yang menurut mereka dapat memuaskan mereka sesuai dengan ekspektasi atau harapan para anggota.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh dari tingkat margin (harga) terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?
2. Apakah ada pengaruh dari penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh dari tingkat margin (harga) dan penerapan prinsip syariah secara simultan terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?
4. Apakah ada pengaruh dari tingkat margin (harga) terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yang dimoderasi oleh kepuasan?
5. Apakah ada pengaruh dari penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo tulungagung yang dimoderasi oleh kepuasan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang menjadi rumusan masalah diatas yang telah diajukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh tingkat margin (harga) terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

2. Untuk menguji pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat margin (harga) dan penerapan nilai syariah secara simultan terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh dari tingkat margin terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan kepuasan sebagai variabel moderator.
5. Untuk menguji pengaruh dari prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan kepuasan sebagai variabel moderator.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sekaligus mengetahui secara langsung penerapan teori ke praktik dalam dunia perbankan syariah yang berkaitan dengan pengaruh tingkat margin (harga) dan penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* dengan variabel moderasi yaitu kepuasan khususnya di BMT Istiqomah Karangrejo dan umumnya pada lembaga keuangan lainya baik syariah ataupun konvensional.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Untuk lembaga yang diteliti

Bagi lembaga keuangan yang menjadi tempat penelitian diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi bagi pengelola perbankan syariah ataupun usaha syariah lainya khususnya BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung untuk menetapkan margin (harga) dalam pembiayaan dan penerapan prinsip syariah dalam menarik anggota yang lebih banyak lagi serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan kedepanya.

b. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan referensi dan sebagai rujukan penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian membahas 4 variabel dimana, 2 variabel independen/bebas (X) yaitu tingkat margin (harga) (X1), penerapan prinsip syariah (X2), loyalitas (Y) sebagai variabel dependent/terikat dan kepuasan (Z) sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu anggota pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo tulungagung. Jenis masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat margin (harga) dan penerapan prinsip syariah dapat mempengaruhi loyalitas anggota

pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah karangrejo tulungagung dengan kepuasan sebagai variabel moderasi.

2. Batasan Penelitian

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas, maka penulis memberikan pembatasan masalah. Dalam hal ini, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh tingkat margin (harga) dan penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan kepuasan sebagai variabel moderasi di BMT Istiqomah Karangrejo tulungagung.
2. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo yang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah di kabupaten tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, memudahkan menelaah, dan memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka terlebih dahulu penulis mengemukakan pengertian yang ada dalam judul skripsi diatas. Adapun istilah-istilah yang dikemukakan dalam judul adalah sebagai berikut:

1. Secara konseptual mengenai penelitian yang dibahas antara lain:

a. Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya.[8]

b. Penerapan prinsip syari'ah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syari'ah.[9]

c. Loyalitas nasabah atau anggota adalah komitmen yang kuat dari konsumen, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dan dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha *marketing* dari produk lain yang berusaha membuat beralih untuk membeli produk tersebut.[10]

d. Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[11]

---

[8] Yuyun Ragilia Nur 'Aini, *Pengaruh Pendapatan Nasabah dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah unit II Bago Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbikan, 2015), hal. 15, diakses pada tanggal 05 Desember 2017

[9] Himmatul Aliah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR Di Bni Syari'ah Cabang Semarang*, (Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2011), hal. 13, diakses pada tanggal 13 Desember 2017

[10] Rahmatullah, "Pengaruh Komuniksi pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank XYZ Syariah Cabang Bogor)", Vol. 4 No. 2 Agustus – Desember 2009, hal. 813, diakses pada tanggal 12 Januari 2018

[11] Veithzal Rivai, *Islamic Banking : Sebuah Teori, konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 681

e. *Murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.[12]

f. Kepuasan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakanya.[13]

2. Secara operasional mengenai penelitian yang dibahas antara lain:

Definisi operasional adalah meletakkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Variabel penelitian ini terdiri atas tiga macam, yaitu variabel bebas (X), variabel terikat (Y) dan variabel moderasi (Z). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

a. Tingkat margin (X1) adalah keuntungan yang didapatkan BMT dari pembiayaan yang dilakukan kepada anggota BMT.

b. Penerapan prinsip syariah (X2) adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syari'ah. Bisnis dalam hal ini merupakan kegiatan bisnis dalam dunia perbankan.

c. Loyalitas (Y) mencerminkan perilaku berkenaan dengan dengan suatu produk atau jasa. Niatan berperilaku disini mencakup kemungkinan pembelian ulang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya,

---

[12] Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 113

[13] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan implementasi*, (Yogyakarta: CV. Andi offset, 2016), hal. 78-79

seberapa mungkin pelanggan akan beralih ke penyedia layanan atau merek lainya.

d. Kepuasan (Z) merupakan suatu perasaan yang menggambarkan jika suatu kebutuhan, harapan, atau keinginan atas suatu barang maupun jasa telah terpenuhi.

e. Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan dengan menggunakan akad jual beli yang disertai dengan margin (keuntungan) untuk pihak pemberi pembiayaan/pemberi pinjaman.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Gambaran singkat tentang isi keseluruhan skripsi yang akan peneliti buat adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, dan definisi operasional

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi penjelasan tentang tingkat margin (harga), penerapan nilai syariah, loyalitas nasabah dan kepuasan. Serta kajian penelitian yang relevan yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan sampling, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisi deskripsi data yang telah didapatkan saat penelitian dan pengujian-pengujian hipotesis

BAB V : Pembahasan

Bab pembahasan akan memuat tentang penjelasan temuan-temuan yang ditemukan oleh peneliti yang telah dikemukakan di bab ke empat dan akan dikaitkan dengan landasan teori yang sudah diperoleh

BAB VI : Penutup

Bab penutup berisi dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran