

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi sekarang masyarakat berusaha untuk terus meningkatkan kemampuan perekonomiannya dalam rangka mencapai tujuan yang hendak dicapai, dengan menggunakan waktu seefektif dan seefisien mungkin. Lembaga keuangan merupakan tonggak utama yang memicu kemajuan perekonomian. Sekarang ini lembaga keuangan di wilayah Indonesia berkembang dengan begitu pesat. Dilihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan, baik perbankan atau non bank, konvensional maupun syariah. Lembaga keuangan baik bank maupun non bank telah memberikan peranan yang sangat besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. Dengan adanya lembaga keuangan akan mempermudah masyarakat dalam hal melakukan peminjaman dana ataupun dalam menyimpan dana yang terjamin keamanannya.

Belakangan ini banyak munculnya lembaga keuangan berbasis syariah. Seiring dengan semakin banyak bermunculan lembaga keuangan syaria'ah di Indonesia, tentunya telah memberikan alternatif baru bagi para konsumen pengguna jasa perbankan khususnya konsumen muslim untuk menggunakan produk-produk perbankan dengan metode non bunga atau sistem bagi hasil. Seperti yang diketahui, Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yang merupakan pasar potensial bagi

pengembangan lembaga keuangan bank atau non bank berbasis syariah. Keberadaan umat Islam dengan berbagai macam atribut keislamannya yang penuh dengan nilai-nilai syariah membutuhkan sebuah wadah dalam aplikasi muamalahnya yang berdasarkan pada konsep syariah dan wadah tersebut berupa lembaga keuangan syariah. Seperti halnya dengan adanya bank-bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah dan lembaga keuangan mikro syariah misalnya lembaga Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau lebih dikenal dengan nama *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT).

*Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* yang mengarah pada usaha-usaha penghimpun dana dan penyaluran dana non profit, seperti *zakat, infaq, dan shodaqoh*. Dan *baitul tamwil* sebagai usaha penghimpun dan penyalur dana komersil atau membantu mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro.<sup>2</sup> Sampai saat ini tidak ada data yang akurat tentang jumlah BMT dan persebarannya. Menurut Ali yang diperoleh dari BMT link memperkirakan jumlah BMT tahun 2007 sebesar 3.200 dengan jumlah anggota sebanyak 3 juta orang, kemudian sampai akhir tahun 2012 akan tumbuh menjadi sekitar 5.200 BMT untuk melayani anggota 10 juta orang. Ada tiga wilayah yang memiliki jumlah BMT terbesar di Indonesia di tahun 2015 adalah Jawa Barat dengan 637 BMT (433 BMT yang melaporkan kegiatannya ke PINBUK), Jawa Timur dengan 600 BMT (519 BMT yang melaporkan kegiatannya) dan Jawa Tengah menduduki urutan ketiga dengan

---

<sup>2</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta:Ekonesia,2007),.96

513 BMT (447 BMT yang melaporkan kegiatannya).<sup>3</sup> Seperti yang ada pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Wilayah Dengan Jumlah BMT Terbesar Di Indonesia tahun 2015**

No	Wilayah	Tercatat oleh PINBUK	Tidak tercatat oleh PINBUK	Jumlah
1.	Jawa Barat	433 BMT	204 BMT	637 BMT
2.	Jawa Tengah	447 BMT	66 BMT	513 BMT
3.	Jawa Timur	519 BMT	81 BMT	600 BMT

*Data diolah tahun 2017*

Dalam melayani dan menjangkau segmen masyarakat usaha mikro kecil dan menengah, maka lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT menjadi sangat krusial dilakukan. Jika melihat pemberdayaan ekonomi rakyat dalam arti yang sebenarnya, dapat dilihat dari kiprah BMT. Mulai dari pedagang kecil, bakul sayur, sampai toko – toko kelontong, sembako atau kios sepatu berukuran sedang dan kecil telah sukses bermitra dengan BMT, mereka dapat memperoleh pendanaan murah lagi berkah. Berikut merupakan data perkembangan UMKM di Jawa Timur tahun periode 2012 – 2015 sedangkan untuk tahun 2016 – 2017 data belum di *update* oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan UMKM di Jawa Timur Periode 2012 – 2015 (unit usaha)**

Uraian	2012	2013	2014	Tw I 2015
Industri Kecil	779.090	785.906	789.837	789.957
Industri Menengah	16.387	16.484	16.566	16.863
Industri Besar	1.060	1.064	1.075	1.083
<b>Jumlah</b>	<b>796.537</b>	<b>803.454</b>	<b>807.478</b>	<b>807.903</b>

*Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur<sup>4</sup>, diolah tahun 2017*

<sup>3</sup> Ali Sakti, *Pemetaan Kondisi Dan Potensi BMT: Kemitraan Dalam Rangka...*, Jurnal al-Muzara'ah, Vol. I, No. 1, 2015 dalam [journal.ipb.ac.id](http://journal.ipb.ac.id) diakses pada 3 Maret 2018.

<sup>4</sup> [www.diskopukm.jatimprov.go.id](http://www.diskopukm.jatimprov.go.id) diakses 02/04/2018

Dilihat dari perkembangan UMKM, secara keseluruhan jumlah unit usaha kecil, menengah dan besar mengalami dari tahun 2012 – 2015 pertumbuhannya terus meningkat. Mengingat mengenai peran BMT dalam memberikan kontribusi kepada gerak roda ekonomi masyarakat golongan kecil dengan berlandaskan sistem ekonomi syariah jelas riil.<sup>5</sup> Hal ini menjadi peluang besar bagi BMT dalam hal penyaluran dana dan menjadi target pemasaran yang efektif dan efisien bagi BMT.

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) secara yuridis bernaung dibawah Kementerian Koperasi dan UMKM, sehingga berbadan hukum koperasi yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 4 tahun 1995 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi. Undang-undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syariah).<sup>6</sup> Semua kegiatan operasional maupun kegiatan bertransaksi BMT harus sesuai dengan aturan perkoperasian dan tentunya harus menerapkan prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Salah satunya merujuk dalam Al-Qur'an surah An-Nisa': 161 mengenai larangan riba.

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ  
عَذَابًا أَلِيمًا

Yang artinya: “Dan disebabkan karena mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami

---

<sup>5</sup> Fitri Nurhartati, Ika Saniyati R, *Koperasi Syariah Cet.2*,(Surakarta:PT Eka Adicitra Intermedia,2012),h.12.

<sup>6</sup> Ibid.,h.13

*telah menyediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih.”<sup>7</sup>*

Permasalahan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah (BMT) di era globalisasi ini adalah tentang bagaimana perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada anggota. Menurut Sunarto<sup>8</sup> dan beberapa kajian peneliti terdahulu diantaranya oleh Ayu<sup>9</sup> dan Diza<sup>10</sup>, untuk membentuk kepuasan yang dapat diberikan kepada anggota adalah dengan memberikan produk kepada anggota, memberikan pelayanan yang memuaskan dan maksimal serta menjaga kepercayaan yang diberikan. Saat ini persaingan antar lembaga keuangan sangat ketat dan kompetitif, berbagai upaya dilakukan untuk menarik konsumen. Apabila konsumen puas maka diharapkan konsumen akan kembali lagi untuk melakukan suatu transaksi. Hal tersebut berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau kembali melakukan transaksi pembelian yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Ketiga faktor tersebut dimanfaatkan oleh salah satu BMT yang ada di Karangrejo Tulungagung, yakni BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) Istiqomah didirikan pada tanggal 3 Maret 2001. Pada awalnya BMT Istiqomah adalah sebuah kelompok Swadaya

---

<sup>7</sup> Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, (ed.), *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi, Ed. 1, Cet. 1*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), h. 321

<sup>8</sup> Sunarto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2006), h. 242

<sup>9</sup> Lintang Ayu Setyani, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang)*”, Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2014

<sup>10</sup> Farah Diza, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado)*, Jurnal Emba 109 Vol.4 No.1 Maret 2016, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2016

Ekonomi Rakyat (SER). Pada tanggal 4 Juni 2001 resmi beroperasi dengan sertifikat binaan dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) kabupaten Tulungagung Nomor: 0101/52000/PINBUK/VI/2001. Kemudian mempunyai badan hukum koperasi dengan SK Nomor: 188.2/32/BH/424.75.2002 tertanggal 17 Mei 2002. Selanjutnya mendapatkan izin pembukaan kantor cabang atau perwakilan kantor koperasi dari kantor koperasi dan UMKM Tulungagung dengan SK Nomor: 188.2/21/KPT.C/304/V/2005 tertanggal 7 Juli 2005.<sup>11</sup>

Dalam dunia bisnis, terutama lembaga keuangan/syariah harus menyiapkan strategi-strategi yang baru ataupun cara untuk mengatur bagaimana cara menyempurnakan agar suatu lembaga dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat untuk dapat menghasilkan produk dan memberikan layanan jasa yang baik bagi anggota. Berikut data tentang perkembangan jumlah anggota BMT Istiqomah sejak tiga (3) tahun terakhir dari Tahun 2015 hingga 2017.

**Tabel 1.3**  
**Perkembangan Jumlah Anggota Yang Di Layani**  
**di BMT Istiqomah Tahun 2015 – 2017 (orang/anggota)**

No.	Tahun	Anggota Simpanan	Anggota Simpanan Berjangka	Jumlah Anggota Pembiayaan	Total
1.	2015	5204	47	1196	6447
2.	2016	5279	67	1031	6377
3.	2017	5333	58	1144	6535

---

<sup>11</sup> Ratna Nur Wulandari, *Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Motivasi Anggota Terhadap minat memilih produk pembiayaan di baitul maal wa tamwil Istiqomah tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2016), hlm.3 diakses pada 3 Maret 2018

Berdasarkan tabel diatas terlihat jumlah bahwa perkembangan jumlah anggota mengalami peningkatan dari tahun 2015 – 2017. Dari tabel diatas dijelaskan pada tahun 2015 total anggota BMT adalah 6447 anggota dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan anggota BMT menjadi 6535 anggota. Terjadi peningkatan yang cukup signifikan sejak tiga (3) tahun terakhir di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yang berarti para anggota BMT merasakan eksistensi, kepuasan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk serta percaya untuk menyertakan modal maupun simpanan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Variabel pertama yang mempengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas produk. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah: kebutuhan dan motivasi, keluarga, kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, budaya dan sub budaya, pilihan atribut produk dan lain-lain.<sup>12</sup> Dalam pilihan atribut produk terdapat kualitas produk. Atribut produk adalah karakteristik atau ciri dari suatu produk.<sup>13</sup> Atribut produk merupakan hal yang berhubungan dengan manfaat dari produk, adapun manfaat yang disampaikan oleh atribut produk adalah seperti seperti mutu, sifat, dan rancangan.<sup>14</sup> Istilah kualitas pasti sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Karena dalam setiap transaksi pembelian suatu produk barang, setiap konsumen pasti telah mempertimbangkan kualitas yang dimiliki

---

<sup>12</sup> Ristiyanti Prasetijo & John. JOI. Ilahauw, *Perilaku Konsumen-Ed 1*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 14

<sup>13</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h.122.

<sup>14</sup> Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran, Ed.1 Cet. 5*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.161.

produk tersebut. Kualitas adalah “tingkat baik buruknya sesuatu; kadar”<sup>15</sup> Menurut Tjiptono kualitas produk adalah “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”<sup>16</sup> Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka anggota akan tetap memilih BMT tersebut dan tidak pindah ke lembaga lainnya.

Produk-produk yang akan ditawarkan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan anggotanya dan antar BMT yang satu dengan BMT yang lain berbeda-beda produk yang dilayani. Produk yang ditawarkan BMT biasanya terbagi menjadi 2 (dua) yaitu produk pembiayaan dan simpanan. Dalam produk pembiayaan terdapat akad *Murabahah*, *Musyarakah* dan *Mudharabah*. Sedang produk simpanan antara lain akad *Wadi'ah* (titipan) dan Tabungan berjangka (*Deposito*).<sup>17</sup> Anggota akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan anggota, meningkatkan nilai produk dalam rangka memenuhi harapan anggota sehingga anggota merasa puas dengan produk tersebut. Berikut adalah jumlah anggota dari masing-masing produk yang ada di BMT Istiqomah tahun 2017.

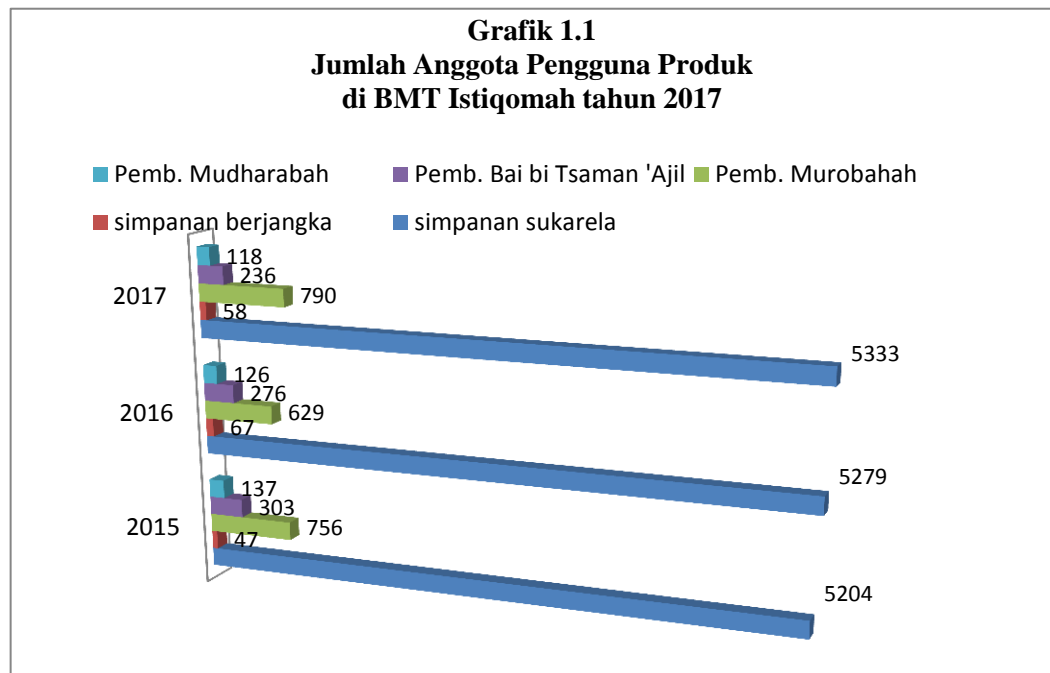
---

<sup>15</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia, 2008), h.744.

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi,2006),h.51

<sup>17</sup> Wirnyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta:Kencana,2005),h.129



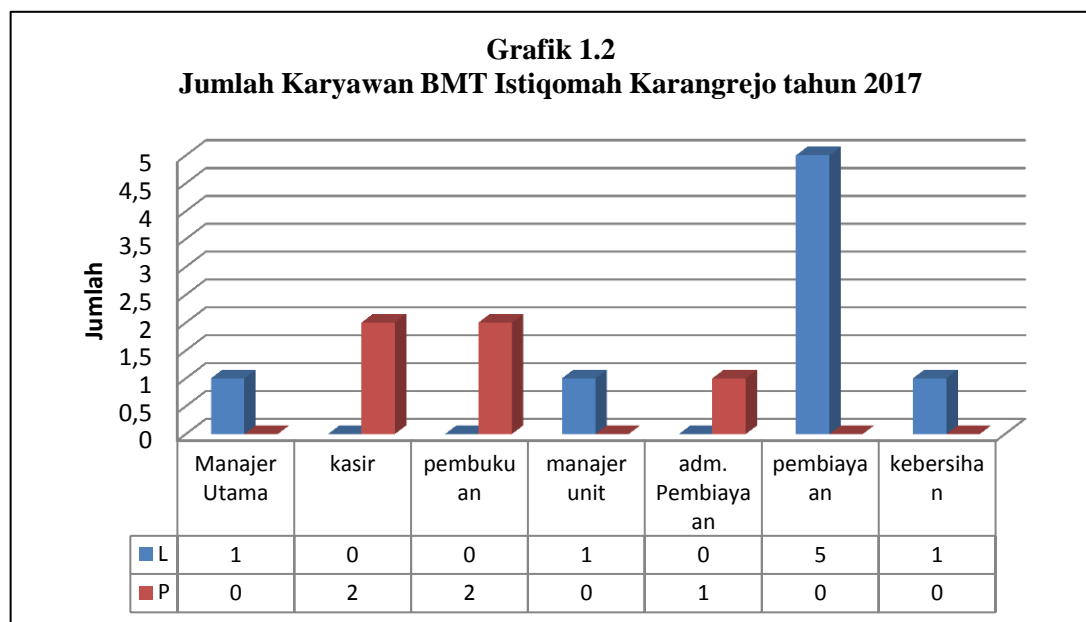


Sumber: RAT BMT Istiqomah, diolah tahun 2018

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa setiap tahun sebagian besar anggota yang menggunakan produk BMT Istiqomah mengalami fluktuatif. Salah satunya terjadi pada produk pembiayaan *murobahah*, jumlah pengguna produk di tahun 2016 pengguna pembiayaan *murobahah* sebanyak 629 anggota dan terjadi peningkatan sebesar 1,6% di tahun 2017 menjadi 790 anggota.

Selain kualitas produk, faktor penting lainnya yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit, adalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Bagi setiap badan usaha layanan merupakan faktor penting dalam usaha untuk memenuhi harapan anggota. Bila anggota merasa tidak puas dapat menyebabkan anggota tersebut pindah ke badan usaha lainnya sehingga akan

merugikan badan usaha tersebut. Karena anggota merasa bahwa kualitas yang diterimanya baik atau sesuai harapan maka akan merasa puas, dan memungkinkan menjadi anggota yang loyal. Menurut Berry dan Parasurama ada 5 indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu, “bukti langsung, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan perhatian.”<sup>18</sup> Berikut adalah data karyawan BMT Istiqomah Karangrejo tahun 2017.



Sumber: RAT BMT Istiqomah, Data diolah 2017

Dari data diatas, jumlah keseluruhan karyawan BMT Istiqomah Karangrejo adalah 13 orang yang mayoritas laki-laki. Bisa dibilang perbandingan antara karyawan laki-laki dan perempuan adalah 2:1. Tetapi penempatan yang diberikan sudah sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawan. Kesesuaian tersebut dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, karena jika tidak sesuai dengan kemampuan, karyawan akan merasa

<sup>18</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:Penerbit Ombak,2015),h.251

canggung dalam memberikan suatu pelayanan kepada anggota/nasabah dan itu mempengaruhi kepuasan seorang anggota.

Kemudian faktor yang tidak kalah penting lainnya adalah faktor kepercayaan. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya dan manfaatnya.<sup>19</sup> Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan adalah keyakinan bahwa setiap saat melakukan transaksi bisnis dengan mereka, pimpinan dan karyawan tersebut bertindak adil dan kompeten etis dan dapat dipercaya.<sup>20</sup> Sehingga dapat diperkirakan bahwa kepercayaan akan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan anggota. Kepercayaan anggota kepada lembaga akan tumbuh karena pengalaman baik yang diterima dari lembaga tersebut. Anggota yang puas akan percaya terhadap barang dan jasa yang ditawarkan maka akan dengan mudah membentuk niat anggota dalam membeli ulang dan berkecenderungan akan terbentuknya hubungan jangka panjang antara anggota dengan lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dari sinilah penulis tertarik untuk meneliti bagaimana “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Faktor Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.*”

---

<sup>19</sup> Ibid.,Ujang Sumarwan.....,h.136

<sup>20</sup> Siswanto Sujoto, *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*,(Jakarta:Dinar Mulia Pustaka,2003),h.51.

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah: untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor kualitas produk, kualitas layanan, dan faktor kepercayaan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah*. Lokasi penelitian ini hanya di batasi di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dipecahkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?
4. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

2. Untuk menguji apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
3. Untuk menguji apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak, seperti:

##### 1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan memperluas wawasan ilmu yang berkaitan dengan pemasaran mengenai perilaku konsumen terkait dengan kepuasan.

##### 2. Kegunaan Praktis

###### a. Bagi BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Penelitian ini dapat bermanfaat BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung sebagai bahan pertimbangan bagi BMT untuk pengambilan keputusan dibidang pemasaran.

b. Kegunaan bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi penambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

c. Kegunaan bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta dapat menjadi referensi tentang penelitian yang sejenis dengan faktor yang berbeda.

## F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meneliti tentang Pengaruh faktor Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Faktor Kepercayaan, terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian maka peneliti lebih memfokuskan penelitiannya untuk menganalisis beberapa variabel yaitu variabel (X1) kualitas produk dan variabel (X2) kualitas layanan, variabel (X3) kepercayaan serta variabel terikat (Y) yaitu kepuasan anggota pembiayaan *murabahah*. Penelitian ini memiliki keterbatasan tenaga, waktu dan fikiran dari peneliti.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

- a. Kualitas Produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi,2006),h.51

- b. Kualitas layanan adalah sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen.<sup>22</sup>
- c. Kepercayaan adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan (melalui kata-kata, tindakan, dan kebijakan) secara oportunistik.<sup>23</sup>
- d. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya.<sup>24</sup>
- e. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang di biayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>25</sup>
- f. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>26</sup>
- g. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah rumah dana, baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya yakni dari masa

---

<sup>22</sup> Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*.....h.152

<sup>23</sup> Stephen P. Robbins, Timothy A, *Perilaku Organisasi Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat: 2008), h.97

<sup>24</sup> Ibid., Apri Budianto.....h.32.

<sup>25</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal.353

<sup>26</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), h. 113

nabi sampai abad prtengahan perkembangan Islam dimana berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial.<sup>27</sup>

## 2. Definisi Operasional

Penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung*” ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar tingkat kepuasan anggota BMT Istiqomah Karangrejo dilihat dari faktor Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Anggota Pembiayaan.

Kualitas produk adalah sejauh mana produk (barang ataupun jasa) yang ditawarkan tersebut bisa memuaskan pelangganya. Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Kualitas layanan dapat diartikan sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan dalam hal ini sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Kepercayaan anggota terhadap perusahaan merupakan suatu keyakinan seorang anggota bahwa saat mereka melakukan transaksi bisnis

---

<sup>27</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 125-126



dengan pihak perusahaan dalam hal ini BMT (pemilik atau karyawan) tersebut, anggota merasa perusahaan bertindak adil, kompeten, etis dan dapat dipercaya. Bisa dikatakan bahwa kepercayaan anggota bisa mendorong maksud untuk ia membeli ataupun melakukan transaksi di perusahaan tersebut secara berulang-ulang.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

**BAB I Pendahuluan**, terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

**BAB II Landasan Teori**, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, yang terdiri dari diskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

**BAB III Metode Penelitian**, terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data.

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

**BAB V Pembahasan Hasil Penelitian**, pada bab ini dijelaskan temuan – temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian, yang didalamnya berisi pembahasan masing – masing rumusan masalah.

**BAB VI Penutup**, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.