

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perilaku nasabah mengacu pada tindakan yang ditunjukkan oleh individu secara aktif mencari, memperoleh, memanfaatkan, dan mengevaluasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik nasabah. Secara khusus, individu yang terlibat dengan bank atau lembaga keuangan biasanya disebut sebagai nasabah, yang semuanya memiliki tujuan yang sama untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sambil menginginkan perhatian dan kepuasan yang berkelanjutan.

Membangun hubungan yang kuat, antara lembaga keuangan dan nasabah dapat meningkatkan retensi nasabah, menarik nasabah baru melalui rujukan positif, dan pada akhirnya mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif. Hal ini juga dipertimbangkan oleh salah satu BMT di Kudus yaitu KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dalam menjalankan pelayanan dan transaksi kepada nasabah.<sup>1</sup> Namun, melihat fenomena mengenai lembaga keuangan non bank, yaitu KSP yang secara tidak langsung berdampak pada persepsi dan loyalitas nasabah KSPPS.

Salah satu lembaga keuangan di Kudus, terdapat kasus yang berdampak pada sudut pandang masyarakat pada lembaga keuangan syariah, khususnya lembaga keuangan mikro syariah (LKSM). Kasus korupsi yang melibatkan pemilik KSP Giri Muria Group, telah melakukan korupsi dengan cara menyelewengkan dana nasabah KSP Giri Muria Group sebesar Rp. 267 miliar. Dana tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi Alfi Hidayat, seperti membeli mobil mewah, rumah mewah, dan barang mewah lainnya. Alfi Hidayat juga diduga menggunakan dana tersebut untuk mencuci uang hasil korupsinya.<sup>2</sup> Berdasarkan fenomena yang terjadi pada lembaga keuangan konvensional tersebut, tentu memiliki dampak persepsi masyarakat kepada LKSM seperti BMT.

Ketika korupsi atau praktik tidak etis terjadi di dalam KSP (konvensional), dapat menimbulkan persepsi negatif di masyarakat. Saya mempertanyakan integritas dan transparansi lembaga-lembaga

---

<sup>1</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Muhammad Suryanto selaku Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>2</sup> Yuda Auliya Rahman, Bos KSP Giri Muria Group Kudus Dijerat Pasal Berlapis, <https://info-muria.murianews.com/yuda-auliya-rahman/351794/bos-ksp-giri-muria-group-kudus-dijerat-pasal-berlapis>. Akses pada 15 Juli 2023.

ini, yang menyebabkan berkurangnya loyalitas. Meskipun nasabah masih memiliki loyal, tetapi kejadian ini membuat saya semakin ragu-ragu tentang pengelolaan dana di KSP, sehingga tindakan yang dilakukan adalah mencari alternatif.<sup>3</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kasus korupsi oleh KSP berdampak pada tingkat loyalitas nasabah untuk menggunakan jasa keuangan di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Hal ini terjadi karena masyarakat masih kurang pendalaman mengenai KSP dan KSPPS atau BMT.

Meskipun pemahaman bahwa BMT/KSPPS beroperasi dengan prinsip syariah yang berbeda dari KSP yang secara konvensional, namun ketidakpercayaan secara keseluruhan pada lembaga keuangan membuat nasabah lebih berhati-hati.<sup>4</sup> Akibatnya, nasabah yang sebelumnya terkait dengan KSP (konvensional) dapat mencari lembaga keuangan alternatif, termasuk lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT, untuk mencari standar etika dan kepercayaan yang lebih baik.

Kasus korupsi di sektor KSP sudah menjadi hal yang memprihatinkan, mengikis kepercayaan masyarakat dan menimbulkan pertanyaan mengenai loyalitas konsumen. Menyikapi skandal-skandal tersebut, muncullah fenomena unik yang kami sebut dengan “Dilema Loyalitas”. Hal ini menggambarkan skeptisisme yang mengakar di masyarakat ketika nasabah bergulat dalam mempertahankan atau meningkatkan loyalitas terhadap penyedia layanan yang ada. Dilema Loyalitas dapat menghambat upaya untuk meminta pertanggungjawaban KSP yang korup. Tanpa tindakan kolektif dan perubahan yang didorong oleh konsumen, korupsi akan terus berlanjut.

Sedangkan fenomena kasus korupsi atau praktik tidak etis yang terjadi di KSP (konvensional) berdampak pada nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Mengenai tanggapan nasabah BMT terhadap kasus korupsi di KSP bahwa sejauh ini tidak berdampak langsung pada persepsi nasabah tentang KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Namun, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dengan prinsip syariahnya, minimal terdapat integritas dan praktik etis dalam jasa keuangan.<sup>5</sup> Korupsi dan praktik tidak etis di sektor KSP konvensional telah menarik banyak perhatian dan kritik masyarakat. Namun, BMT Al-Hikmah Semesta Dawe,

---

<sup>3</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Abdul Rochim selaku Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>4</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Ani Setiyani selaku Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>5</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Heny Fajar Rukiyati selaku *Customer Service* KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

sebuah lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah, sebagian besar masih belum tersentuh dampak negatif dari kasus korupsi tersebut. Fenomena yang diberi istilah “*Ethical Haven*” ini menunjukkan ketangguhan KSPPS BMT Cabang Al-Hikmah Semesta Dawe dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan pengalaman nasabah bahwa KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe aktif terlibat dalam komunikasi yang terbuka dan jujur. Dengan mempertahankan percakapan yang transparan dengan nasabah, nasabah mengurangi kekhawatiran terkait korupsi atau praktik tidak etis, memperkuat komitmen KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe terhadap integritas syariah dan penguatan persepsi nasabah mengenai KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe yang berujung pada loyalitas nasabah.<sup>6</sup> Maka, diperlukan tindakan dari KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe untuk melawan skeptis yang terjadi di masyarakat karena fenomena kasus korupsi di KSP dengan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan penjelasan fenomena yang terjadi di KSP Giri Muria Group dan berdampak pada KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dengan lingkup sama-sama lembaga keuangan, memberikan dampak pada loyalitas nasabah. Maka, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe memandang dampak korupsi yang dilakukan KSP Giri Muria atau lembaga keuangan lain yang tersandung tindakan tidak etis sebagai hal yang serius, dan kami berkomitmen untuk mengatasinya dengan membangun dan meningkatkan kembali loyalitas nasabah kami, dan menumbuhkan rasa keterlibatan komunitas yang kuat melalui optimalisasi pelayanan atau meningkatkan kualitas layanan sebagai kunci dari jasa dan pembangun citra pada KSPPS atau BMT dengan menenkan prinsip syariah baik dalam pengelolaan keuangan dan pelaporan kepada nasabah.<sup>7</sup> Kualitas layanan adalah kemampuan suatu lembaga keuangan mikro, seperti BMT, dalam memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada nasabah.

Kualitas layanan yang baik dapat dilihat dari kemampuan KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat, responsif terhadap kebutuhan nasabah, memberikan solusi yang tepat dan cepat dalam menyelesaikan

---

<sup>6</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Ahmad Chudori selaku Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>7</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Muhammad Suryanto selaku Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

masalah, serta memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan kepada nasabah.<sup>8</sup>

Loyalitas nasabah adalah salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan BMT. Nasabah yang loyal akan terus menggunakan produk dan layanan BMT, bahkan di saat BMT menghadapi persaingan yang ketat.<sup>9</sup> Tingginya loyalitas nasabah dapat menunjukkan pencapaian suatu karena menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil memberikan pengalaman yang positif kepada nasabahnya. Nasabah yang loyal akan terus menggunakan produk dan layanan perusahaan tersebut, bahkan di saat perusahaan tersebut menghadapi persaingan yang ketat.

Observasi peneliti menunjukkan bahwa nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe masih melakukan atau menggunakan jasa keuangan, dikarenakan beberapa faktor seperti kebutuhan akan jasa keuangan baik tabungan atau pembiayaan yang terbebas dari unsur riba atau ketidakjelasan dalam bertransaksi sesuai prinsip Islam. Selain itu, jumlah nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe mengalami fluktuasi, meskipun sekarang dengan jumlah nasabah sebanyak 1.900 nasabah penabung dan 640 nasabah pembiayaan, namun fluktuasi jumlah nasabah terjadi karena berbagai faktor yang merujuk pada loyalitas nasabah.<sup>10</sup> Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dominan pada kesetiaan nasabah pada produk penghimpunan dana. Hal ini didukung dengan sistem *brand image*.

*Brand image* adalah persepsi, asosiasi, dan penilaian yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek atau lembaga. *Brand image* mencerminkan bagaimana konsumen melihat dan merasakan tentang merek tersebut, termasuk reputasi, karakteristik, kualitas, dan nilai-nilai yang dihubungkan dengan kebutuhan nasabah. Sebagai contoh, dalam konteks BMT, *brand image* dapat meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah untuk menggunakan layanan BMT serta mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan atau tabungan BMT.

KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe membangun *brand image* yang baik dengan promosi melalui sistem jemput bola,

---

<sup>8</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Heny Fajar Rukiyati selaku *Customer Service* KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>9</sup> Abror, M. Fakhri Roisul, and Rini Safitri. "Pentingnya Corporate Social Responsibility Dan Corporate Image Untuk Membentuk Loyalitas Nasabah Di Bmt Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5.2 (2022): 451.

<sup>10</sup> Observasi Awal Peneliti di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe. 17 Juli 2023.

KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe memanfaatkan sistem jemput bola sebagai strategi promosi untuk menciptakan *brand image* yang positif. Sistem penjemputan bola kemungkinan merupakan cara yang kreatif dan menarik dalam melakukan kegiatan promosi atau pemasaran. Ini melibatkan nasabah mengambil bola, masing-masing berisi penawaran, diskon, atau hadiah tertentu. Pendekatan ini dirancang untuk menarik perhatian, menciptakan kegembiraan, dan mendorong partisipasi nasabah.<sup>11</sup>

Loyalitas nasabah dalam menggunakan LKMS seperti KSPPPS atau BMT dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap positif terhadap bank syariah, norma subjektif yang positif, dan kontrol perilaku yang dirasakan yang tinggi semuanya meningkatkan niat hijrah dan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan berbasis syariah.<sup>12</sup> Maka, kajian mengenai loyalitas nasabah diperkulan untuk mendalami tingkat dan faktor loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe.

Sedangkan Bapak Suryanto selaku Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe menjelaskan bahwa loyalitas nasabah cenderung berupa penghimpunan dana karena puas dengan tingkat pelayanan yang diterima. Selain itu juga, cabang merespon dan mengelola krisis, seperti menangani dampak korupsi oleh KSP, dapat berdampak signifikan terhadap citranya. Cabang merespon dan mengelola krisis, seperti menangani dampak korupsi oleh KSP, dapat berdampak signifikan terhadap citra KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dengan memprioritaskan partisipasi aktif dalam inisiatif sosial yang berdampak positif pada citra cabang dan menumbuhkan loyalitas nasabah.<sup>13</sup>

Loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dipengaruhi oleh tingkat pelayanan yang diberikan. Selain itu, bagaimana cabang merespon dan mengelola krisis, seperti dampak korupsi oleh KSP, memainkan peran penting dalam membentuk citra dan menjaga loyalitas nasabah. Dengan memprioritaskan partisipasi aktif dalam inisiatif social, maka KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta

---

<sup>11</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Sarah Kusuma selaku Tim Marketing KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

<sup>12</sup> Al-Umar, Ahmad Ulil Albab, and Joko Setyono. "Hijrah Intention and Customer Decisions to Use Islamic Banks: Development of Theory of Planned Behavior." *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 12.1 (2023): 301-320.

<sup>13</sup> Wawancara Awal oleh Peneliti dengan Muhammad Suryanto selaku Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.



Cabang Dawe dapat semakin meningkatkan citranya dan memperkuat loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Loyalitas nasabah dalam kajian teoritik bahwa loyalitas nasabah pada lembaga keuangan dipengaruhi oleh dua variabel yaitu kualitas layanan dan citra.<sup>14</sup> Pelayanan yang baik akan membuat nasabah merasa puas dan nyaman, sehingga nasabah akan lebih cenderung untuk melakukan bisnis kembali dengan perusahaan tersebut. Sedangkan *image* yang positif juga akan membuat nasabah lebih percaya kepada perusahaan tersebut, sehingga nasabah akan lebih cenderung untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain.<sup>15</sup> Kualitas layanan di BMT sangat penting karena dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dan akan lebih sering menggunakan layanan BMT.

Persepsi nasabah tentang cabang (KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe) awalnya dipengaruhi oleh berita negatif seputar korupsi di KSP dan isu-isu di layanan keuangan konvensional. Namun, sebagai nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, peneliti mengamati bahwa pelayanan jasa masih proaktif dalam mengkomunikasikan dan meyakinkan nasabah tentang komitmen nasabah terhadap praktik etika dalam jasa keuangan. Ini telah membantu mempertahankan citra positif di mata saya.<sup>16</sup>

*Research Gap* dalam penelitian ini muncul karena berbagai faktor, antara lain keunikan KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, dan *customer landscape* mengacu pada gambaran keseluruhan nasabah dalam pasar atau industri tertentu. Ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang berbagai segmen, karakteristik, dan preferensi basis nasabah. Menganalisis lanskap nasabah membantu bisnis membuat keputusan berdasarkan informasi tentang strategi pemasaran, penawaran produk, dan inisiatif layanan yang terus berkembang. Mengatasi kesenjangan ini dapat mengarah pada pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah, memungkinkan cabang membuat keputusan yang tepat dan meningkatkan penawarannya untuk memenuhi harapan nasabah secara efektif.

---

<sup>14</sup> Supriyanto, Muhammad Agus. *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Pasuruan*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022.

<sup>15</sup> Widiyastuti, Andriyani, Susilo Priyono, and Sukirjo Sukirjo. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Loyalitas Anggota." *Aktiva: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3.1 (2023): 8-13.

<sup>16</sup> Observasi Peneliti di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Dawe pada 24 Juli 2023.

Sedangkan hasil penelitian oleh Nurul Emeldhaya dkk menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari *service quality* terhadap loyalitas nasabah.<sup>17</sup> Kualitas layanan yang semakin meningkat sangatlah penting untuk mampu meningkatkan *brand image* terhadap nasabah. Hasil penelitian oleh Basrowi menunjukkan bahwa *brand imeg* berpengaruh paling besar terhadap loyalitas nasabah.<sup>18</sup>

Berdasarkan penjelasan latar belakang mengenai fenomena yang terjadi terkait loyalitas nasabah dan faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas layanan dan *brand image*. Maka dari itu, peneliti menyusun kajian atau penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe”**.

## B. Fokus Masalah

Kasus korupsi pada KSP yang melibatkan telah menimbulkan keresahan di masyarakat, termasuk para nasabah Lembaga keuangan, termasuk BMT. Secara eksplisit, dampak kasus korupsi pada KSP dapat memberikan dampak paada masyarakat menjadi khawatir bahwa BMT juga dapat terlibat dalam korupsi, selanjutnya dampak ini merujuk pada loyalitas nasabah BMT seperti penurunan kepercayaan nasabah terhadap KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, Penurunan minat nasabah untuk menyimpan dana di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, Penurunan minat nasabah untuk menggunakan jasa KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe untuk berbagai kebutuhan keuangan.

KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe yang transparan telah membantu menjaga loyalitas dan kepercayaan nasabah. KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe berkomitmen untuk mengatasi *skeptisisme* yang disebabkan oleh kasus korupsi dan bertujuan untuk memperkuat loyalitas nasabah melalui praktik etika dan keterlibatan masyarakat, menekankan prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan dan pelaporan kepada nasabah.

Praktik manajemen yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe adalah pelayanan krisis yang

---

<sup>17</sup> Emeldhaya, Nurul, Abu Yazid Adnan Quthny, and Maryani Maryani. “Pengaruh Brand Image, Trust dan Service Quality terhadap Loyalitas Anggota Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Masalah Cabang Maron.” *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 4.5 (2022): 400-408.

<sup>18</sup> Basrowi, Basrowi, et al. “Islamic Banking Loyalty in Indonesia: The Role Brand Image, Promotion, and Trust.” *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 12.1 (2023): 75-102.

efektif, terutama dalam menanggapi dampak korupsi di lembaga keuangan konvensional, turut mempengaruhi loyalitas nasabah dan membentuk *image* KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Dengan berpartisipasi aktif dalam inisiatif sosial yang positif, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dapat lebih meningkatkan citranya dan menjaga loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe.
2. Mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe.

### E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua lingkup, adalah :

1. Teoritis
  - a. Penelitian ini berkontribusi pada pengetahuan yang ada tentang hubungan antara kualitas layanan, *brand image*, dan loyalitas nasabah. Ini membantu untuk memperbaiki dan memperluas kerangka dan model teoritis di bidang perilaku nasabah.
  - b. Penelitian ini memberikan pemahaman konseptual yang lebih mendalam tentang konstruksi kualitas layanan, *brand image*, dan loyalitas nasabah dalam konteks spesifik.
2. Praktis
  - a. Dengan mengidentifikasi kualitas layanan, penelitian membantu KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dalam merampingkan proses internal dan meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini mengarah pada penghematan biaya, penyampaian layanan yang lebih baik, dan pada akhirnya, pengalaman nasabah yang lebih baik.
  - b. Dengan memahami dampak *brand image* terhadap loyalitas nasabah, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dapat fokus untuk mengelola dan meningkatkan *brand image*.



nya. Ini memperkuat reputasi cabang, membangun kepercayaan nasabah, dan membentuk persepsi positif di pasar jasa keuangan.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah memudahkan dan memaksimalkan pembahasan tema dan permasalahan dalam penelitian. Sedangkan sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penelitian ini adalah tahap pengenalan mengenai penelitian ini yaitu halaman cover, persetujuan pembimbing, pengesahan, keaslian, abstrak (gambaran penelitian), persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar oleh peneliti, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

Pada penelitian ini bagian isi merupakan penjelasan secara menyeluruh mengenai penelitian ini yang dibagi menjadi lima bab yaitu :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang dibuatnya penelitian ini, fokus masalah untuk pendalaman masalah dalam penelitian ini, rumusan masalah untuk membagi pendalaman masalah dalam penelitian ini dan keberlangsungan penelitian pada berbagai pihak yaitu tujuan dan manfaat penelitian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini difokuskan untuk memberikan gambaran teori tentang *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan relevansinya untuk memahami loyalitas nasabah dalam konteks lembaga keuangan khususnya KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Bab ini juga akan mengeksplorasi konsep nasabah, kualitas layanan, *brand image*, dan hubungannya dengan loyalitas nasabah. Untuk mendukung kerangka teori, bab ini akan meninjau studi penelitian sebelumnya yang relevan yang telah mengeksplorasi loyalitas nasabah dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah atau LKMS. Studi-studi ini akan memberikan wawasan berharga ke dalam faktor-faktor yang telah ditemukan untuk mempengaruhi loyalitas nasabah dan pentingnya sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam konteks ini.

Selanjutnya, bab ini akan menyajikan hipotesis berdasarkan kerangka teori dan temuan penelitian sebelumnya. Hipotesis ini akan mengartikulasikan hubungan yang diharapkan antara sikap nasabah, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, kualitas layanan, *brand image*, dan loyalitas nasabah di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode peneliti dalam mengkaji fenomena dan masalah yaitu dengan mengetahui dan menentukan jenis dan pendekatan penelitian, selanjutnya penentuan *setting* penelitian yaitu lokasi dan waktu penelitian, dilanjutkan dengan menentukan populasi dan sampel, dan pendalaman data berupa teknik pengumpulan data penelitian. Sedangkan untuk mendalami hasil data di lokasi penelitian, selanjutnya peneliti menentukan teknik untuk menganalisis data penelitian. Pemilihan alat pengolahan dan analisis data dengan menggunakan SPSS adalah penelitian ini termasuk statistik inferensial (mengambil data sampel untuk mengamati atau memprediksi kasus dalam suatu populasi). Sedangkan dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda yaitu menilai dampak kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah (variabel X lebih dari satu).

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

Pada bagian ini, menguraikan tujuannya dan merangkum temuan-temuan utama penelitian. Pada bagian ini disajikan dan dibahas hasil terkait pengaruh kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini kesimpulan menyeluruh dari penelitian, implikasinya terhadap KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dan bidang studi yang lebih luas. Memberikan rekomendasi praktis untuk KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe berdasarkan temuan penelitian.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisikan daftar pustaka dan lampiran penelitian.