

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan dan keuangan syariah di Indonesia dalam satu dasawarsa belakangan ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, seperti perbankan syariah, *baitul maal wat tamwil* (BMT), asuransi syariah, pasar modal syariah, reksadana syariah, obligasi syariah, pegadaian syariah, leasing syariah. Demikian pula di sektor riil, seperti hotel syariah, multi level marketing syariah. Di sektor sosial (*voluntary*) bermunculan pengembangan konsep seperti: zakat profesi, zakat produktif, wakaf produktif dan wakaf uang dan sebagainya, salah satu alasan lembaga tersebut bermunculan adalah dalam praktik lembaga dan sistem keuangan konvensional mengandung beberapa aspek yang bertentangan dengan ajaran islam yang berhubungan dengan keuangan. Oleh karena itu sudah selayaknya kalau ada upaya untuk membangun suatu konstruksi sistem dan lembaga keuangan sesuai dengan prinsip syariah.¹

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu badan usaha atau lembaga yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan (*financial assets*) maupun *non-financial asset* atau aset riil berlandaskan prinsip syariah.² *Baitul Maal wat Tamwil* atau BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang semakin berkembang di lingkungan masyarakat.³ Secara definitif pengertian BMT adalah balai usaha mandiri

¹ Muhamad, *Sistem Bagi Hasil Dan Pricing Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UII Press, 2016), 66.

² Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga keuangan syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 5.

³ In Emy Prastiwi, "Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 01 (2018): 28–40.

terpadu yang isinya berintikan konsep *baitul maal wat tamwil*.

Kegiatan BMT yaitu mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha makro dan kecil antara lain mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan kegiatan ekonominya. BMT diharapkan menjadi lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat menengah ke bawah dengan berlandaskan sistem syariah.⁴ BMT bersifat terbuka, independen, tidak partisan, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar, terutama usaha mikro.⁵ BMT merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Salah satu cara untuk menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat adalah dengan menumbuhkan sikap loyal kepada nasabah.

Loyalitas dengan keadaan lingkungan bisnis yang semakin *turbulen*, arus informasi yang tanpa batas dan membanjirnya produk yang sejenis di pasar. Loyalitas nasabah semakin bernilai, bukan saja karena biaya mempertahankan pelanggan lama lebih murah daripada mengakuisisi pelanggan baru sebagaimana telah dipahami selama ini namun juga karena *reward* yang dinikmati perusahaan secara kumulatif dari seorang pelanggan yang loyal sangat besar. Seorang *loyalist* cenderung mau membeli produk lebih banyak dan membeli lebih sering daripada pelanggan biasa, bahkan dalam tingkatan tertinggi pelanggan yang loyal akan sukarela menjadi pembela *brand*.⁶

Tahap puncak dari pengetahuan tentang loyalitas pelanggan adalah memperoleh para *spiritual advocate* dalam jumlah yang *signifikan*, mengapa dikatakan dalam

⁴ Rodoni dan Hamid, *Lembaga keuangan syariah*, 60-61.

⁵ Jeni Susyanti, *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Empat Dua, 2016), 145.

⁶ Jacky Mussry et al., *Markplus on Marketing The Second Generation* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 133.

jumlah yang signifikan, Sebab tidak mudah bagi perusahaan apapun untuk bisa mendongkrak loyalitas para pelanggannya sampai pada tingkat paling tinggi.⁷ Menumbuhkan sikap loyalitas anggota merupakan hal yang harus di lakukan BMT, karena dengan terpeliharanya loyalitas anggota maka keberadaan BMT tetap terjaga. Anggota BMT yang loyal merupakan anggota terbaik yang dimiliki oleh suatu BMT.

Loyalitas adalah kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa bank tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara bank dan nasabah.⁸ Loyalitas nasabah merupakan aset yang tak ternilai bagi perbankan atau perusahaan Karena loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.⁹ Loyalitas membentuk sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.¹⁰ BMT perlu untuk menjaga loyalitas ini karena dengan menjaga loyalitas nasabah berarti merupakan sebuah usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup sebuah BMT. Berbagai macam upaya dapat dilakukan BMT dalam rangka menciptakan loyalitas nasabah salah satunya adalah melalui komitmen agama yang diterapkan oleh BMT serta nasabah.

⁷ Hermawan Kertajaya, *Boosting Loyalty Marketing Performance Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management, Dan Servis Untuk Mendongkrak Laba*. (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2007), 134.

⁸ Anita Rahmawaty, "Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kudus," *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2011): 60.

⁹ Yahya Yusuf Ahmed, Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Nikin Hardati, "Pengaruh Atribut Produk Dan Nilai-Nilai Prinsip Islam Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Malang Soekarno Hatta)," *JIAGABI* 7, no. 3 (2020): 147.

¹⁰ Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekonbaru)," *JOM FISIP* 4, no. 2 (2017): 8.

Komitmen merupakan orientasi jangka panjang dalam suatu hubungan, termasuk keinginan untuk mempertahankan hubungan itu.¹¹ El-Junusi menyebutkan komitmen agama adalah suatu bentuk kepatuhan pada ajaran agama. Komitmen keislaman yang di bangun atas dasar hubungan nasabah dengan bank syariah harus berdasarkan prinsip-prinsip yang telah dipegang bersama, yaitu prinsip syariah yang masing-masing harus patuh dan taat menjalankannya. Bank tidak boleh sewenang-wenang terhadap nasabah dan nasabah juga tidak boleh memaksakan kehendaknya demi profit yang tidak wajar.¹²

Beberapa kajian empirik memperlihatkan adanya pengaruh komitmen agama terhadap loyalitas nasabah dalam lembaga keuangan syariah khususnya BMT. Berdasarkan penelitian Sungkawa tahun 2014 bahwa komitmen agama dan kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹³ Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi komitmen agama seseorang maka semakin tinggi loyalitas terhadap lembaga keuangan Syariah mikro khususnya BMT. Penelitian tentang komitmen agama juga dilakukan oleh Anam pada tahun 2016 berkesimpulan bahwa komitmen agama berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat.¹⁴

Kontribusi komitmen agama dalam menentukan loyalitas nasabah masih diperdebatkan dimana beberapa penelitian memperoleh kesimpulan bahwa variabel komitmen agama tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah. Berdasarkan penelitian

¹¹ Rahmawaty, "Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syari'ah Mandiri Kudus," 64.

¹² Rahman El Junusi, "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)," *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*, no. November (2009): 2–5.

¹³ Enyang Sungkawa, "Pengaruh Komitmen Agama dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri Kcp Painan," *Jurnal Manajemen*, 2014, 1–15.

¹⁴ Chairul Anam, "Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Surabaya," *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2016): 87.

yang dilakukan oleh Hidayat dkk bahwa komitmen beragama tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁵ Kontradiksi hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa masih ada sesuatu yang tersembunyi dalam variabel komitmen agama. Khususnya terkait kontribusinya terhadap loyalitas nasabah. Fenomena di atas melahirkan sebuah pertanyaan bagaimana peran komitmen agama terhadap loyalitas nasabah dalam lembaga keuangan syariah mikro khususnya BMT, sebab komitmen agama perlu didasarkan pada kerangka tertentu untuk lebih menilai komitmen seseorang pada agamanya. Selain komitmen agama faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan lembaga keuangan sebagai perusahaan jasa, jika pelayanan diberikan kepada nasabah baik dan memuaskan maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan akan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha, jadi pelayanan mempunyai andil dan peran terhadap kinerja usaha.¹⁶

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau penjualan lain yang bersifat *intangible* (tidak berwujud).¹⁷ Alasan setiap nasabah memilih sebuah perbankan karena mereka memilih kenyamanan pelayanan bank tersebut. Apabila bank syariah yang dipilihnya secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih memberi kenyamanan dibandingkan di bank konvensional maka nasabah akan

¹⁵ Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, dan Mahmud, "Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customer Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java," *Al-Iqtishad* 7, no. 2 (2015): 161.

¹⁶ Rini Dwiyani Hadiwidjaja, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamwil," *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* 10, no. 2 (2017): 290.

¹⁷ Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)," 5.

semakin loyal menggunakan bank syariah tersebut dan menolak untuk menggunakan bank konvensional.¹⁸

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian, terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu perbankan. Kualitas pelayanan yang buruk terhadap nasabah dapat memungkinkan penurunan loyalitas nasabah terhadap bank. Menurunnya loyalitas nasabah sebagai akibat kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah mengakibatkan banyak nasabah memindahkan dananya ke bank lain yang lebih baik dalam hal kualitas pelayanannya.¹⁹

Peran konsumen sangatlah penting dalam menentukan kelangsungan eksistensi suatu perusahaan dengan memahami harapan dan keinginan konsumen dari suatu pelayanan jasa atau *service* maka akan didapatkan suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. BMT sebagai salah satu sektor jasa keuangan syariah, kinerjanya akan sangat tergantung pada pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah, maka akan semakin mudah bagi BMT untuk membentuk sikap loyal dalam diri nasabah.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya penelitian oleh Pramana tahun 2016 bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²⁰ Menurut penelitian Putra dan Herianingrum tahun 2014 bahwa kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²¹ Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi

¹⁸ M Rifki Bakhtiar Dan Siti Mutmainah, "Pengaruh Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pendapatan dan ROA dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris di Bank Umum Syariah)," 2011, 8.

¹⁹ I Gede Yogi Pramana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali," *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 1 (2016): 707.

²⁰ Pramana, 730.

²¹ Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya," *JESTT* 1, no. 9 (2014): 632.

kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin loyal nasabah kepada lembaga keuangan syariah mikro khususnya BMT.

Faktor lain yang juga menjadi perhatian para peneliti yang mempengaruhi loyalitas nasabah selain kualitas pelayanan yaitu aspek produk, Selain memberikan pelayanan yang berkualitas, mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa dapat ditempuh melalui produk jasa yang memuaskan serta atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut atau yang dikenal dengan istilah atribut produk.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.²² Atribut produk adalah manfaat-manfaat yang akan diberikan oleh produsen, manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan dipenuhi oleh atribut-atribut yang berwujud seperti merek, kemasan, label dan kualitas. Atribut yang dimiliki oleh suatu produk harus berbeda dengan produk lain agar konsumen dapat membedakan produk kita dengan pesaing.²³ Ketika BMT ingin mengukur kepuasan secara spesifik, maka harus terlebih dahulu mengidentifikasi atribut-atribut produk yang berkaitan dengan kepuasan setelah mengkonsumsi produk tersebut. Atribut tersebut dapat berupa *performance* perusahaan, fitur produk yang dimiliki, *reliable* perusahaan dalam memberikan pelayanan, estetika maupun reputasi perusahaan.²⁴

Menurut El-Junusi Atribut produk islam adalah atribut produk khas yang ada pada bank syariah, berupa fitur produk yang sesuai dengan sistem keuangan syariah, sedangkan menurut Tjiptono Atribut produk islam adalah

²² Philip Kotler dan Armstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Delapan* (Jakarta: Erlangga, 2001), 346.

²³ Ahmed, Kurniati, dan Hardati, "Pengaruh Atribut Produk dan Nilai-Nilai Prinsip Islam Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Malang Soekarno Hatta)": 148.

²⁴ Rutmaira Sitinjak, "Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru," *JOM FEKON 2*, no. 2 (2015): 5. <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID-analisis-dampak-pemekaran-daerah-ditinja.pdf>.

beberapa hal yang melekat pada suatu produk perbankan syariah. Menurut Iqbal atribut produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar dalam sistem keuangan islam diantaranya, tidak ada unsur riba, menggunakan sistem bagi hasil, tidak ada unsur ketidakpastian, tidak ada unsur judi dan digunakan untuk investasi yang halal.²⁵ Atribut-atribut produk khas tersebut yang menjadi alasan pokok para nasabah yang beragama islam menggunakan lembaga keuangan syariah dan menjadi indikator penilaian bagi nasabah. Apabila atribut produk lembaga keuangan syariah menunjukkan atribut produk yang islami maka nasabah akan memberikan penilaian positif terhadap produk tersebut.²⁶

Variabel Atribut produk islam mengacu pada beberapa penelitian yang memperlihatkan adanya pengaruh Atribut produk islam terhadap loyalitas nasabah dalam lembaga keuangan syariah khususnya BMT. Penelitian Sitinjak pada tahun 2015 berkesimpulan bahwa Atribut produk islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²⁷ Pada Penelitian Bakhtiar dan Mutmainah tahun 2011 juga menunjukkan bahwa loyalitas nasabah secara signifikan positif dipengaruhi secara langsung oleh Atribut produk islam.²⁸ Peningkatan Atribut produk islam dan kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan syariah khususnya BMT merupakan titik tolak terpenuhi atau tidaknya loyalitas nasabah yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya. Tindakan

²⁵ Prastiwi, "Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance , Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer ' s Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo)," 30.

²⁶ Bakhtiar dan Siti Mutmainah, "Pengaruh Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pendapatan dan ROA dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris di Bank Umum Syariah)," 7.

²⁷ Sitinjak, "Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru," 730.

²⁸ Bakhtiar dan Siti Mutmainah, "Pengaruh Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pendapatan dan ROA dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Di Bank Umum Syariah)," 25.

loyalitas nasabah ini merupakan indikator utama dari kinerja keuangan.

Penelitian ini merupakan penelitian yang didukung oleh penelitian terdahulu dimana letak perbedaannya terdapat pada keadaan, objek dan waktu penelitian, dimana pada penelitian yang penulis lakukan objeknya adalah KSPPS BMT Al-Hikmah cabang pecangaan pada tahun 2020 di masa pandemi COVID-19, apakah komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami tetap berpengaruh atau tidak terhadap loyalitas nasabah seiring bertambahnya periode dan pesaing serta kemajuan teknologi apakah terdapat perbedaan dalam menjaga loyalitas nasabah dari tahun ke tahun.

Penelitian ini dilakukan untuk menjaga loyalitas nasabah menjadi hal yang sangat penting bagi lembaga keuangan mikro syariah khususnya BMT, apabila BMT kehilangan loyalitas nasabah maka BMT dapat kehilangan keseimbangan operasional perusahaan, kemudian bagaimana BMT dapat mempertahankan loyalitas dalam situasi apapun melalui variabel Komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami.

Komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami dalam beberapa penelitian di pakai untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah, atribut tersebut berkaitan dengan bagi hasil, aturan riba dan sebagainya, dengan mengetahui pentingnya atribut-atribut mana yang diharapkan oleh nasabah dan mana yang harus ditingkatkan, kemudian sejauh mana keberhasilan program yang ditetapkan lembaga keuangan syariah mikro khususnya BMT melalui komitmen agama, produk serta kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan uraian di atas mengenai fenomena serta gap literatur dan hubungan-hubungan variabel sebagaimana dikemukakan sejumlah teori maupun beberapa penelitian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor cabang Pecangaan)”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Komitmen Agama berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?
3. Apakah Atribut Produk Islami berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Komitmen Agama terhadap Loyalitas Nasabah.
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.
3. Mengetahui pengaruh Atribut Produk Islami terhadap Loyalitas Nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap keilmuan ekonomi Syariah, khususnya tentang Pengaruh Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa program studi ekonomi syariah dalam menambah pengetahuan dan pengembangan dalam ilmu ekonomi syariah. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat sebagai bahan rujukan/referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan Loyalitas Nasabah di BMT. Penelitian ini bermanfaat bagi penulis sebagai sarana untuk memperluas wawasan mengenai Loyalitas Nasabah di BMT.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan juga pertimbangan bagi lembaga keuangan syariah mikro khususnya BMT dalam menentukan kebijakan usaha dalam rangka mengembangkan bisnisnya. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami guna menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap BMT. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam dunia kerja. Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai pemenuhan salah satu syarat penyelesaian studi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian awal

Bagian awal terdiri dari halaman judul (cover luar dan cover dalam), persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang deskripsi teori yang mendasari pengaruh komitmen agama, kualitas pelayanan dan atribut produk islami terhadap loyalitas nasabah, penelitian terdahulu yang relevan,

kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data yang meliputi kuesioner (angket), studi pustaka, dokumentasi dan teknik analisis data meliputi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas serta analisis data yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji-f (simultan), uji-t (parsial), koefisien determinasi (R^2)

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil uji hipotesis, dan pembahasan hasil riset.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan dalam penelitian dan saran-saran.

3. Bagian akhir

Bagian akhir berisi daftar pustaka yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi, lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi serta daftar riwayat pendidikan penulis.