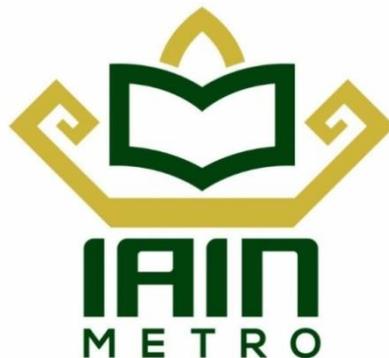


SKRIPSI

**DAMPAK *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH
DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

Oleh :

**SILFIYATUL MUNTAQIYAH
NPM. 2003021056**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**DAMPAK *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056

Pembimbing : Sukma Dwi Chan, S.Th.I, M.Ud

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah

NPM : 2003021056

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Dampak *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Wadiah di BPRS Aman Syariah Sekampung

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan trima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 28 Mei 2024
Pembimbing,



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I,M.Ud
NIP. 19920208202321032

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : DAMPAK BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM
MENGUNAKAN TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN
SYARIAH SEKAMPUNG

Nama : SILFIYATUL MUNTAQIYAH

NPM : 2003021056

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 28 Mei 2024
Pembimbing,



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I.M.Ud
NIP. 19920208202321032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2012/In-28.3/0/PP-00.9/06/2024

Skripsi dengan Judul: "DAMPAK BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG" disusun oleh: Silfiyatul Muntaqiyah, NPM: : 2003021056, Jurusan: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu, 05 Juni 2024

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud (.....)

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I (.....)

Penguji II : Enny Puji Lestari, M.E.Sy (.....)

Sekretaris : Agus Alimuddin, ME (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

DAMPAK *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Oleh:

**Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056**

Brand image dan *service quality* pada sebuah lembaga keuangan syariah sangatlah penting di mata masyarakat terutama nasabah lembaga keuangan. Untuk itu suatu lembaga keuangan syariah harus memiliki identitas sendiri melalui pemberian *brand image* dan *service quality* yang terbaik dan mudah diingat oleh para nasabah. PT. BPRS Aman Syariah Sekampung merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki nasabah tabungan wadiah dengan jumlah yang cukup banyak yaitu 1.075. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat dampak dari *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah menggunakan tabungan wadiah di PT BPRS Aman Syariah Sekampung.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk secara akurat menggambarkan sifat individu, situasi, gejala atau kelompok tertentu sebagaimana adanya. Sumber data yang diperoleh berupa sumber data primer dan sekunder, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan metode *snowball sampling* dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang bersifat induktif, yaitu analisis atas informasi yang diperoleh kemudian dibentuk menjadi suatu hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa *brand image* dan *service quality* memberikan dampak yang positif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah di PT BPRS Aman Syariah Sekampung. Nasabah tetap menggunakan tabungan wadiah karena adanya *brand image* yang kuat serta *service quality* yang baik yang telah dibangun oleh PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah
NPM : 2003021056
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 28 Mei 2024
Yang Menyatakan,



Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 200302105

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan (Q.S Al-insyirah ayat : 5-6)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas Rahmad yang telah diberikan Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti persembahkan Skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus bagi mereka yang selalu mendoakan dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Daryati dan Bapak Sucipto yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ketahap ini, yang mengorbankan segalanya untuk penulis, selalu memberi semangat, mengajari untuk selalu bersabar disetiap proses yang dilalui dan tiada henti selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis disetiap langkah.
2. Kepada kakak kandung saya Efran Faturrohman yang selalu memberikan dukungan kepada penulis
3. Terimakasih kepada Dosen pembimbing skripsi Ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud yang telah membimbing dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Kepada Galih Yudistira sebagai orang spesial penulis yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal dan terus memberi semangat untuk meraih apa yang menjadi impian penulis
5. Terimakasih untuk teman-teman penulis dari bangku SMK Ina, Putri, Adel dan yang tidak bisa penulis sebut semua yang selalu membantu dalam suka maupun duka.
6. Terimakasih kepada teman semasa kuliah penulis yang selalu membantu dan menemani penulis dalam suka maupun duka.
7. Almamater tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik niat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar tanpa hambatan yang berarti. Sholawat serta salam sennatiasa tersanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut di teladani baik dalam perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah – mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau du yaumil akhir amin.

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak masukan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.

4. Ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan dan memotivasi.
5. Serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islm IAIN Metro.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan skripsi selanjutnya, dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Perbankan Syariah dan bagi pihak – pihak yang terkait.

Metro, 28 Mei 2024
Peneliti,



Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. <i>Brand Image</i>	10
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	10
2. Dimensi <i>Brand Image</i>	11
3. Manfaat <i>Brand Image</i>	13

B. <i>Service Quality</i>	14
1. Pengertian <i>Service Quality</i>	14
2. Dimensi <i>Service Quality</i>	16
3. Faktor-Faktor Pengaruh <i>Service Quality</i>	17
C. Loyalitas Nasabah	19
1. Pengertian Loyalitas.....	19
2. Karakteristik Loyalitas	20
3. Faktor Loyalitas	21
D. Konsep Dampak	22
1. Pengertian Dampak	22
2. Dampak <i>Brand Image</i>	23
3. Dampak <i>Service Quality</i>	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Jenis dan Sifat Penelitian	26
B. Sumber Data.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	29
D. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung	32
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung	32
2. Produk Pendanaan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung	33
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah	35
B. Dampak <i>Brand Image</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung	36
C. Analisis Dampak <i>Brand Image</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Wadiah di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung	53

BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Tabungan dan Jumlah Nasabah	4
Tabel 1.2 Penelitian Relevan	8
Tabel 4.1 Data Nasabah Tabungan Wadiah	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah	35
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Research
4. Surat Balasan Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Secara sederhana, bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa keuangan lainnya. Menurut kegiatan usahanya, jenis-jenis bank dapat dibedakan atas bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional, sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.¹

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*),

¹ Andrew Shandy Utama, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia," *UNES Law Review* 2, no. 3 (2020): 290–298.

kemaslahatan (masalah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.²

Banyaknya lembaga keuangan syariah yang telah berdiri di Indonesia menajdian masyarakat dituntut untuk memahami peran dan perbedaannya dengan lembaga keuangan konvensional. Jenis lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia sangatlah bermacam-macam dan memiliki jangkauan masing-masing seperti koperasi syariah, Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS), *baitul maal watamwil* (BMT), dan lain-lain. Tentunya dengan banyaknya jenis-jenis lembaga keuangan syariah yang dapat berkembang dengan pesat akan dianggap menajdi pesaing oleh lembaga keuangan konvensional. Sehingga akan menimbulkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan syariah dengan berlomba-lomba menciptakan produk dan strategi yang terbaik agar dapat menarik minat nasabah.

Untuk mendapatkan produk atau jasa yang lebih unggul dibanding lembaga pesaing, setiap lembaga keuangan syariah tentunya akan melakukan inovasi produk dan jasa yang mereka miliki. Untuk itu suatu lembaga keuangan syariah harus memiliki identitas sendiri melalui pemberian *brand image* dan *service quality* yang terbaik dan mudah diingat oleh para nasabah. *Brand image* merupakan representasi dari kesalahan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang merupakan keyakinan

² Andrianto and M. Anang Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)," CV. Penerbit *Qiara Media* (2019): 536.

dan preferensi terhadap suatu merk.³ *Service quality* adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Nasabah.⁴ Semakin kuat *brand image* dan *service quality* yang diberikan maka semakin kuat juga rasa loyalitas yang akan terbentuk terhadap produk atau jasa yang digunakannya, sehingga suatu lembaga keuangan syariah bisa mendapat peluang keuntungan yang meningkat.

Brand image dan *service quality* pada sebuah lembaga keuangan syariah sangatlah penting di mata masyarakat terutama nasabah lembaga keuangan tersebut dan persaingan yang ketat pasti terjadi antar sesama lembaga keuangan syariah. Perbedaan *brand image* dan *service quality* pada setiap lembaga keuangan syariah sangatlah diperhatikan oleh nasabah. Hal ini menjadi sangat menarik untuk dibahas. Setiap nasabah akan menilai seberapa baik *brand image* dan *service quality* suatu lembaga keuangan syariah yang menyediakan produk atau jasa yang akan dipergunakannya. Seperti pada lembaga keuangan syariah yaitu PT. BPRS Aman Syariah yang terletak di Sekampung Lampung Timur.

PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam

³ Nur Amalia, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 96–104.

⁴ Nauffal Navarone and Susi Evanita, "Pengaruh Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Mediasi Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang," *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 01 (2019): 50–62.

bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah. Kemajuan yang diraih oleh PT BPRS Aman Syariah pasti diimbangi dengan banyaknya nasabah yang didapatkan. Hal itu dapat dilihat pada salah satu kantor pusat PT. BPRS Aman Syariah yang ada di Sekampung Lampung Timur yang mana jumlahnya nasabah yang menggunakan tabungan Wadiah lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan tabungan lainnya, dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut⁵ :

Tabel 1.1
Jenis Tabungan dan Jumlah Nasabah

No	Jenis Tabungan	Jumlah
1	Tabungan Qurban Aman Syariah	3
2	Tabungan Keluarga Samara	10
3	Tabungan Anak Sejahtera	4
4	Tabungan Khusus Wadiah	1.075
5	Tabungan Haji Maburr	15
6	Tabungan Makbullah Umroh	2
7	Tabungan Masa Tua	2
8	Tabungan Idul Fitri	719
9	Tabungan Pendidikan Aman Syari	285

Sumber PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Berdasarkan tabel diatas tabungan Wadiah yang jumlah nasabahnya jauh lebih banyak dibandingkan dengan nasabah pada jenis tabungan lainnya. Hasil dari wawancara terhadap pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung *branding* yang dilakukan untuk menarik nasabah agar memilih tabungan wadiah adalah kemudahan transaksi menabung yang dapat dilakukan kapan saja dan kemudahan penarikan tabungan yang juga dapat dilakukan kapan saja. Menurut pihak lembaga PT. BPRS Aman Syariah nasabah yang

⁵ Data Nasabah BRRS Aman Syariah Sekampung, pada Rabu 01 November 2023

menggunakan tabungan wadiah jarang menemukan komplain terkait pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Aman Syariah.⁶

Peneliti telah melakukan wawancara dengan 2 nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Rurik Astini selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2018. Ia mengatakan bahwa mengenal tabungan wadiah dari pihak *marketing* yang pernah menawarkannya. Beliau memilih tabungan wadiah dikarenakan sesuai yang dijelaskan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung bahwa tabungan tersebut adalah tabungan yang mudah di akses, transaksi untuk menabung dan penarikan uang bias dilakukan kapan saja. Ia juga menjelaskan bahwa selama menjadi nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung tidak pernah menemukan kendala dalam pelayanan yang diberikan. Ia merasa pihak lembaga selalu memberikan pelayanan yang cepat dan terbaik untuknya.⁷

Hasil wawancara bersama ibu Erma Yanti selaku nasabah PT. BPRS Aman Syariah mengatakan bahwa ia menjadi nasabah sejak tahun 2019 dan mengetahui tabungan wadiah dari saudaranya. Ia memilih tabungan wadiah dikarenakan tabungan wadiah adalah tabungan yang tidak dikenai bunga dimana sesuai dengan syariah islam, tabungan wadiah itu sendiri transaksinya mudah karna dapat ditarik sewaktu-waktu. Ia mengatakan bahwa selama menjadi nasabah ia selalu di berikan pelayanan yang terbaik, dan selalu puas

⁶ Wawancara dengan pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Tika sebagai *customer service*

⁷ Wawancara dengan Rurik Astini nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

dengan pelayanan dikarenakan pihak *customer service* yang sangat ramah dan cepat dalam pelayanan.⁸

Dari kedua informan diatas peneliti dapat mengetahui bahwa sejauh ini *brand image* dari tabungan wadiah itu sendiri yang dikenal oleh nasabahnya adalah tabungan yang transaksinya dapat dilakukan kapan saja serta tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut informan service quality yang diberikan sudah cukup memberikan kepuasan terhadap nasabah dikarenakan pelayanan yang cepat dan ramah sehingga nasabah merasa nyaman.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat tantangan yang harus dihadapi sebuah lembaga keuangan syariah tidak hanya menghasilkan nasabah yang puas, tetapi menghasilkan nasabah yang loyal atau setia. Loyalitas nasabah mampu memberikan dampak positif bagi lembaga keuangan syariah baik dalam kurun waktu jangka pendek maupun jangka panjang. Nasabah akan loyal atau setia terhadap produk tabungan Wadiah yang ada pada PT. BPRS Aman Syariah jika mereka puas dengan sistem pelayanan yang diberikan. Sebaliknya nasabah akan merasa kecewa kepada pihak PT. BPRS Aman Syariah jika memberikan produk dan pelayanan yang diharapkan tidak sesuai. Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah dalam menggunakan dan memilih produk tabungan yang ada pada suatu lembaga keuangan syariah dan loyalitas bukanlah suatu hal yang dapat dipaksakan.

Jumlah lembaga keuangan syariah yang semakin banyak di Lampung Timur khususnya untuk daerah Sekampung dan sekitarnya tentunya lebih

⁸ Wawancara dengan Erma Yanti nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

memudahkan masyarakat dalam memilih untuk menabung. Alasan mengapa memilih PT. BPRS Aman Syariah Sekampung menjadi tempat penelitian adalah PT BPRS Aman Syariah yang cenderung lebih representatif untuk dijadikan penelitian dan diantara lembaga keuangan syariah lainnya PT BPRS Aman Syariah Sekampung lebih dikenal masyarakat dikarenakan tempatnya yang strategis dan dekat dengan pusat perbelanjaan tradisional.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Dampak *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah Di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Dampak *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Aman Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini adalah agar dapat menjadi tambahan literature atau referensi dan dapat menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai ilmu-ilmu perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan sebagai bahan pertimbangan dan masukan di dalam menilai suatu produk dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil yang di dapat dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai pedoman bagi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung di masa yang akan datang.

E. Penelitian Relevan

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Rosalina Achmad (2020)	Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Koperasi BMT Masalahh KC Gondang Wetan Pasuruan) ⁹	Fokus Penelitian Ini menjelaskan bahwa <i>brand image</i> tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melainkan <i>service quality</i> yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.	Membahas Mengenai <i>Brand Image</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	Metodologi Penelitian yang digunakan Fokus Penelitian pada tabungan wadiah Tempat Penelitian

⁹ Rosalina Achmad, "Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Koperasi BMT Masalahh KC Gondang Wetan Pasuruan)" (2020).

No	Nama	Judul	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Azam Mahfudl (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Mandiri Sejahtera ¹⁰	Fokus Pada Penelitian Ini Membahas Kuallitas Layanan Dan <i>Brand Image</i> Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Dan Pengaruh Positif Terhadap Loyalitas Nasabah	Membahas Mengenai <i>Brand Image</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah	Metodologi Penelitian yang digunakan Fokus penelitian Tabungan Wadiah Tempat Penelitian
3	Siti Shoimatul Azizah (2022)	Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Service Quality</i> , Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger (Studi Pada Nasabah Pengguna Tabungan Bsi Kcp Lumajang) ¹¹	Penelitian Ini Menganalisis Pengaruh Antara <i>Brand Image</i> , <i>Service Quality</i> , Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah	Membahas Mengenai <i>Brand Image</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah	Metodologi Penelitian yang digunakan Fokus Penelitian pada Tabungan Wadiah Tempat Penelitian

¹⁰ Azam Mahfudl, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Mandiri Sejahtera," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (2021): 136.

¹¹ Siti Shoimatul Azizah, *Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger (Studi Pada Nasabah Pengguna Tabungan Bsi Kcp Lumajang)*, UIN K. H. Achmad Siddiq Jember, vol. 3, 2022.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Brand Image*

1. Pengertian *Brand Image*

Brand image adalah salah satu ruang lingkup dalam ilmu komunikasi bisnis manajemen. Ada juga sejumlah pengertian *brand image* menurut para ahli yang dapat memperkuat implementasi konsep ini dalam dunia bisnis. Menurut Philip Kotler pengertian *brand image* adalah ide, kesan, atau bahkan keyakinan seseorang terhadap sebuah merek (*brand*). Pengertian *brand image* menurut Keller adalah pola pikir konsumen tentang suatu brand yang terlihat oleh asosiasi merek pada benak mereka.¹ Mcpheron dan Wardhana mengemukakan jika pelanggan memiliki citra positif terhadap suatu merek, maka pelanggan akan melakukan pembelian produk itu kembali. Namun sebaliknya, jika citra pada suatu merek negatif, maka kemungkinan kecil untuk terjadinya pembelian produk itu kembali. Berdasarkan uraian di atas bahwa citra merek merupakan persepsi mengenai merek di benak konsumen yang membentuk kepercayaan konsumen maupun pelanggan terhadap suatu merek.²

¹ Jurnal Akuntansi and Perbankan Syariah, “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Kopi Bowongso Di Kabupaten Wonosobo)” 2 (2022): 100–108.

² Aditya Wardhana, *Brand Marketing: The Art Of Branding*, ed. M.M Acai Sudirman, S.E. (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).

Dalam proses pengembangan citra merek, harus diketahui bahwa merek yang kuat memiliki identitas yang jelas. Konsumen umumnya menginginkan sesuatu yang unik dan khas yang berhubungan dengan merek. Ketidakcocokan citra merek dengan harapan konsumen akan memberikan kesempatan kepada pesaing. Untuk itulah pembangunan sebuah citra merek, terutama citra yang positif menjadi salah satu hal yang penting. Sebab tanpa citra kuat dan positif, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada, dan pada saat yang sama meminta mereka membayar harga yang tinggi.³

2. Dimensi *Brand Image*

Menurut Keller dimensi-dimensi utama membentuk citra sebuah merek tertuang dalam berikut ini:

a. *Brand Identity* (identitas Merek)

Brand identity merupakan identitas fisik yang berkaitan dengan merek atau produk tersebut sehingga pelanggan mudah mengenali dan membedakannya dengan merek atau produk lain, seperti logo, warna, kemasan, lokasi, identitas perusahaan yang memayungi, slogan, dan lainlain.

b. *Brand Personality* (Personalitas Merek)

Brand personality adalah karakter khas sebuah merek yang membentuk kepribadian tertentu sebagaimana layaknya manusia,

³ Muhammad Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek*, ed. Qiara Media (Surabaya: Qiara Media, 2019).

sehingga khalayak pelanggan dengan mudah membedakannya dengan merek lain dalam kategori yang sama, misalnya karakter tegas, kaku, berwibawa, ningrat, atau murah senyum, hangat, penyayang, berjiwa sosial, atau dinamis, kreatif, independen, dan sebagainya.

c. *Brand Association* (Asosiasi Merek)

Brand Association adalah hal-hal spesifik yang pantas atau selalu dikaitkan dengan suatu merek, bisa muncul dari penawaran unik suatu produk, aktivitas yang berulang dan konsisten misalnya dalam hal sponsorship atau kegiatan *social responsibility*, isu-isu yang sangat kuat berkaitan dengan merek tersebut, ataupun person, simbol-simbol dan makna tertentu yang sangat kuat melekat pada suatu merek.

d. *Brand Attitude and Behavior* (sikap dan perilaku merek)

Brand attitude and behavior adalah sikap atau perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan pelanggan dalam menawarkan benefit-benefit dan nilai yang dimilikinya. *Attitude and behavior* mencakup sikap dan perilaku pelanggan, aktivitas dan atribut yang melekat pada merek saat berhubungan dengan khalayak pelanggan, termasuk perilaku karyawan dan pemilik merek.

e. *Brand Benefit and Competence* (Manfaat dan Keunggulan Merek)

Brand benefit and competence merupakan nilai-nilai dan keunggulan khas yang ditawarkan oleh suatu merek kepada

pelanggan yang membuat pelanggan dapat merasakan manfaat karena kebutuhan, keinginan, mimpi, dan obsesinya terwujudkan oleh apa yang ditawarkan tersebut.⁴

3. Manfaat *Brand Image*

Manfaat Citra Merek bagi produsen menurut Keller dikatakan bahwa citra merek berperan sebagai :

- a. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian persediaan dan pencatatan akuntansi
- b. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan property intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (*registered trademarks*), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak paten, dan kemasan bisa diproteksi melalui hak cipta (*copyrights*) dan desain. Hak-hak *property* intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari aset bernilai tersebut.
- c. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi dilain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan predictability dan security permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan bagi perusahaan lain untuk masuk pasar.

⁴ Agus Susilo and Ika Trisnawati, "Pencegahan Pembiayaan Bermasalah Melalui Komite Pembiayaan," *Mahkamah* 3, no. 2 (2018): 286.

- d. Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- e. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk di dalam benak konsumen.
- f. Sumber financial returns, terutama menyangkut pendapatan masa datang.⁵

B. Service Quality

1. Pengertian Service Quality

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis dan Booms kualitas jasa (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan persepsi konsumen. Kualitas layanan (*Service Quality*) menurut Parasuraman dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁶

⁵ Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek*.

⁶ Wiwik Sulistiyowati, *KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA*, ed. M. Tanzil Multazam Septi Budi Sartika (Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018).

Dalam kualitas pelayanan, seorang pelayan harus betul-betul memperlakukan stakeholder sebaik mungkin. Rasulullah memberi contoh kepada kita bagaimana sikap yang benar ketika berinteraksi dengan orang lain. Dalam surah Ali Imran ayat 159 disebutkan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. (QS. Ali 'Imran : 159)*⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT. menjadikan Nabi Muhammad Saw sebagai sosok yang mudah berinteraksi, santun dalam bertutur kata dan memberi nasihat dan penuh kelembutan. Seandainya Nabi Saw berjiwa keras dan berhati kasar, tentu orang-orang akan menjauhinya. Dalam Islam, pilar sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah SWT. telah berbuat baik kepada manusia. Apabila kualitas layanan yang baik dilakukan setiap waktu, maka citra organisasi tersebut sebagai pemberi kualitas layanan akan terbangun

⁷ Departemen Agama RI, "Mushaf Al-Quran Terjemah Ali-Imran Ayat 153", (Jakarta Yayasan Penerjemah Dan Penerbit Al-Quran, 2005)

dengan baik. Pada akhirnya, nasabah akan merasa nyaman berinteraksi dengan sistem organisasi tersebut.

2. Dimensi *Service Quality*

Dimensi *Service Quality* Menurut Parasuraman mengungkapkan ada faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

a. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji - janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti bank, asuransi, dan broker.

d. Empati (*Emphaty*)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada penonton.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff, dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen.⁸

3. Faktor-Faktor Pengaruh Service Quality

Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan konsumen atas suatu kualitas layanan menurut Parasuraman antara lain :

a. *Personal Need*

Kebutuhan yang dirasakan mendasar bagi kesejahteraan seseorang sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologi.

b. *Situational Factors*

Terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa yang berada diluar kendali penyedia jasa.

⁸ Riswanto Budiono et al., "Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya" 2, no. 1 (2014): 1-7.

c. *Perceived service alternatives*

Merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

d. *Enduring service intensifiers*

Faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang jasa, yaitu bagaimana ia ingin dilayani dengan baik dan pelayanan yang benar.

e. *Past experience*

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu.

f. *Transitory service alternatives*

Merupakan faktor individual bersifat sementara yang meningkatkan pelanggan terhadap jasa. Misalnya jasa asuransi mobil pada kecelakaan, baik buruknya jasa terakhir yang digunakan dapat menjadi acuan sebelumnya.

g. *Self perceived service role*

Adalah persepsi pelanggan tetap sikap atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya.

h. *Explicit service promises*

Merupakan pernyataan perusahaan tentang jasanya kepada pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan, personal selling dll.

i. *Implicit service promises*

Menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan tentang jasa yang akan diberikan dan bagaimana cara penyampainnya. Petunjuk yang diberikan meliputi harga (biaya) dan alat-alat pendukung jasa lainnya (fasilitas dan service).

j. *Worth of mouth*

Merupakan pernyataan yang disampaikan orang lain selain organisasi kepada pelanggan⁹

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas

Kotler dan Keller menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas konsumen merupakan sebuah usaha konsumen untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepuasan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang. Cristopher dan Lauren dalam Setiawan loyalitas merupakan kesediaan pelanggan

⁹ Wiwik Sulistiyowati, ST., *KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA*.

untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada orang lain. Menurut Selnes dalam Al-Rasyid Loyalitas pelanggan dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan.¹⁰

2. Karakteristik Loyalitas

Menurut Griffin pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur.

Dimana konsumen melakukan pembelian atau menggunakan jasa dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali.

- b. Membeli diluar produk lini/ jasa.

Konsumen membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan.

- c. Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan merujuk pada suatu saran atau anjuran dari seseorang terhadap orang lain.

- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan produk atau jasa dari perusahaan pesaing.

¹⁰ Sambodo Rio Sasongko, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan" 3, no. 1 (2021): 104-114.

3. Faktor Loyalitas

Siklus pembelian bergerak melalui lima langkah yaitu kesadaran terhadap produk, melakukan pembelian awal, evaluasi pasca pembelian, dan keputusan membeli kembali. Menurut Subroto, terdapat lima faktor yang menyebabkan pelanggan loyal yaitu:

- a. Nilai merek (brand value);
- b. Karakteristik pelanggan;
- c. Switching barrier;
- d. Customer satisfaction
- e. Lingkungan yang kompetitif.

Sedangkan menurut Subhkan menyatakan bahwa loyalitas nasabah pada industri perbankan dapat diukur dengan pendekatan komprehensif yang mempertimbangkan empat dimensi penting, yaitu: Satisfaction, Retention, Migration, dan Enthusiasm.¹¹

Menurut Kotler, Hayes, dan Bloom ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumennya:

1. Pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.
2. Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru.

¹¹ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember, 2015).

3. Pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain.
4. Jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi. Pelanggan lama sudah tentu tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka, sehingga biaya pelayanan lebih murah.
5. Pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
6. Pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan, dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.¹²

D. Konsep Dampak

1. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Positif adalah pasti, tegas, bersifat nyata dan membangun dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Jadi dampak positif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat yang baik. Negatif adalah tidak pasti, tidak tentu, kurang baik, dan menyimpang dari ukuran umum. Jadi akibat yang dihasilkan adalah

¹² Hermanto, *Faktor Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, 1st ed. (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2009).

kurang baik bahkan cenderung memperburuk keadaan. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang/benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Dampak menurut Gorys Kerap adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif. Menurut Otto Soemarwoto dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah, baik kimia, fisik maupun biologi. Dampak menurut Hosio adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku. Sedangkan menurut Irfan Islamy dampak kebijakan adalah akibat-akibat dan konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan. Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat dari suatu aktivitas atau tindakan yang dilaksanakan sebelumnya yang merupakan konsekuensi dari dilaksanakannya suatu kebijakan sehingga akan membawa perubahan baik positif maupun negatif.¹³

¹³ Uтары Telung, Michael Mantiri, and Josef Kairupan, "Dampak Pemekaran Desa Dalam Menjaga Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat (Studi Di Desa Raringis, Raringis Utara, Raringis Selatan, Kecamatan Langowan Barat)" 3, no. 3 (2019): 1–8.

2. Dampak *Brand Image*

Brand image adalah penilaian seseorang bagi suatu produk yang dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Ketika pelanggan memiliki pendapat positif tentang merek, mereka lebih cenderung menggunakan produk itu lagi di masa depan. *Brand Image* dinilai memiliki dampak positif pada loyalitas pelanggan. Semakin positif citra produk, semakin besar dampaknya bagi loyalitas pelanggan. Dampak Citra merek yang baik berarti konsumen enggan berpindah produk dan tetap setia pada merek tersebut. Kesiapan pelanggan untuk mempercayai merek tertentu, bahkan dengan tingkat risiko, karena mereka memiliki ekspektasi positif bagi merek tersebut, membawa hasil yang positif. Citra merek merupakan faktor penting karena dapat membangkitkan persepsi, ingatan dan keyakinan tentang merek pada individu. Perusahaan dengan *brand image* yang berpengaruh lebih sederhana menangkap kesempatan bisnis daripada dengan perusahaan tanpa *brand image* yang kuat.¹⁴

3. Dampak Service Quality

Keberhasilan suatu layanan dalam menumbuhkan loyalitas dinilai sebagian besar atas dasar kualitas. Tanggapan langsung dari pelanggan atas *value* dari kualitas suatu jasa diketahui mempengaruhi evaluasi pelanggan, baik secara positif maupun negatif. Pelanggan akan tetap setia seperti orang yang secara konsisten memberikan penilaian buruk terhadap kualitas layanan jika ulasanya positif. Ketika tingkat pelayanan dinilai memuaskan dan sesuai dengan yang diharapkan, maka dikatakan berkualitas. Tingkat

¹⁴ Yusnia Oktavia and Tri Sudarwanto, "Dampak Brand Image Dan Brand Awareness Bagi Loyalitas Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 11, no. 3 (2023).

loyalitas konsumen akan naik sebagai dampak dari persepsi kualitas pelayanan yang dirasakan sangat baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika tingkat pelayanan di bawah harapan, maka akan dipandang buruk, yang akan berpengaruh pada berkurangnya loyalitas pelanggan.¹⁵

¹⁵ Noni Anche Natalia Fransisca and Yenita, "Dampak Service Quality Terhadap Customer Trust , Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Bus Transjakarta," *Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 7, no. 1 (2023): 111–122.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini adalah penelitian untuk menjawab permasalahan yang situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif.¹ Peneliti mengungkap fenomena atau peristiwa dengan cara yang berbeda jelaskan dengan jelas dengan kata-kata, uraikan atau jelaskan dan angka atau dijelaskan melalui bahasa non-numerik.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan atau *field research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi atau lapangan secara langsung. Sehubungan dengan penelitian tersebut, langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang diperlukan untuk mengetahui bagaimana dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah .

¹ Sugiyono, *METODE Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013).

2. Sifat Penelitian

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan dan menjawab persoalan-persoalan tentang fenomena dan peristiwa yang terjadi saat ini.² Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang teliti secara tepat.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengungkapkan gejala-gejala yang nampak dari mencari fakta tentang dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah .

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek tempat data diperoleh atau diambil.

Sumber data yang dapat diperoleh berdasarkan dari dua sumber yaitu:

1. Sumber Data Primer

Menurut Bungin, data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Menurut Amirin, data primer adalah yang diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang memuat informasi atau data penelitian.³

² ² Imam Gozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Semarang, Yoga Pratama, 2016)

³ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Anatsari Press, 2011).

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pihak marketing , customer service, dan nasabah dari PT. BPRS Aman Syariah. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* (teknik bola salju). Teknik penarikan model bola salju (*snowball sampling*) digunakan jika peneliti tidak memiliki informasi tentang anggota populasi. Peneliti harus menemukan satu anggota populasi yang bisa mengantarkan peneliti ke anggota populasi lainnya.⁴ Peneliti memilih teknik *snowball sampling* dikarenakan peneliti tidak memiliki informasi yang akurat mengenai keberadaan anggota populasi. Sehingga teknik pengumpulan data yang tepat adalah menggunakan teknik *snowball sampling* untuk mendapatkan informasi dari anggota populasi yang diketahui.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh orang lain bukan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Ada beberapa sumber data sekunder yaitu buku, jurnal, publikasi pemerintahan tentang indikator ekonomi, media, dan laporan tahunan perusahaan.⁵

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang berasal dari beberapa jurnal dan buku yaitu *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* karya Andrianto Muhammad Anang Frimansya, *Membangun Loyalitas Pelanggan* karya Khamdan Rifa'I, *Buku Pemasaran Produk dan Merek* karya Muhammad Anang Frimansya,

⁴ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Anatsari Press, 2011).

⁵ Imam Gozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Semarang, Yoga Pratama, 2016)

Brand Marketing: The Art Of Branding karya Aditya Wardhana, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* karya Sugiono, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* karya Imam Gozali dan *Pengantar Metodologi Penelitian* karya Rahmadi.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang objektif dan valid dalam menganalisis dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara metode wawancara tidak terstruktur.

1. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik wawancara dapat pula diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya langsung secara bertatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian.⁶

Dalam penelitian ini, cara yang dilakukan peneliti adalah melakukan wawancara dengan pihak satu *marketing* dan satu *customer service* PT. BPRS Aman Syariah Sekampung serta 20 nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

⁶ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Anatsari Press, 2011).

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah tata cara pengumpulan informasi penelitian melalui berbagai laporan (data yang diarsipkan) sebagai arsip yang disusun dan dicatat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data dari data yang diperoleh dari pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.⁷

Dalam Penelitian peneliti melakukan analisis daa dengan cara sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Dimana data yang diperoleh peneliti dirangkum, memilih hal hal yang pokok,dan memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan dari focus penelitian peneliti

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka peneliti selanjutnya akan menyajikan data. Penyajian data yang dilakukan peneliti adalah menguraikan singkat data yang dihasilkan. Dengan menyajikan maka mempermudah untuk memahami apa yang terjadi di lapangan.

⁷ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013).

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan reduksi data, penyajian data, lalu berikutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan yang dilakukan pada tahap ini mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal oleh peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Dengan berlandaskan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan PBI No.11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah serta SE BI No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, maka di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur direncanakan mendirikan PT. BPRS AMAN SYARIAH sebagai community bank. Dan sesuai dengan PBI No.11/23/PBI/2009 BPRS hanya dapat didirikan dengan izin Bank Indonesia yaitu izin prinsip dan izin usaha. Untuk izin prinsip salah satunya adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian

Izin Prinsip Pendirian PT BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasionalnya PT.BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan dan diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh Direksi dan pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Dalam hal ini penulis dapat mengemukakan bahwa PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.¹

2. Produk Pendanaan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Produk ini menyangkut berbagai pelayanan untuk menarik dana masyarakat yang meliputi :

¹ Data PT. BPRS Aman Syariah Sekampung 24 April 2024

a. Tabungan Khusus Wadiah

Tabungan ini pada hakekatnya merupakan dana masyarakat, tabungan dengan sistem wadiah ini dapat menampung berbagai aspek kepentingan Baitul Maal dan yang bersifat amanah.

b. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati oleh bank dan nasabah. Tabungan mudharabah pada PT BPRS Aman Syariah dibagi menjadi beberapa variasi produk simpaanan, yaitu:

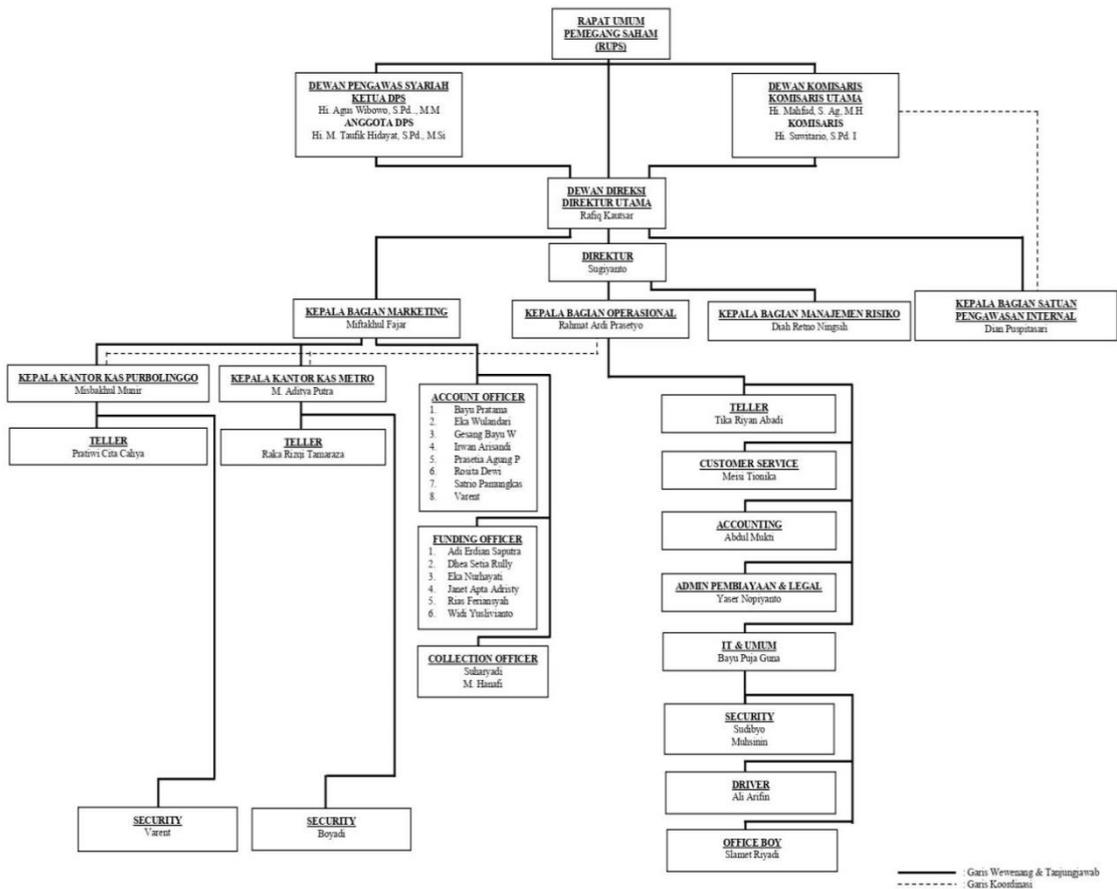
- 1) Tabungan Haji Maburur (TAJIMABRUR)
- 2) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAQURBANAS).
- 3) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)
- 4) Tabungan Masa Tua (TAMATU).
- 5) Tabungan Anak Sejahtera (TABANAS)
- 6) Tabungan Makbullah Umroh (TAMU)
- 7) Tabungan Wisata (TAWA).
- 8) Tabungan Keluarga Samara (TAKASMARA)
- 9) Tabungan Idul Fitri (TIFI).

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah

Adapun struktur organisasi PT BPRS Aman Syariah, Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2023 sebagai berikut :

SUSUNAN ORGANISASI PT BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG 2024

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah²



² Data PT. BPRS Aman Syariah Sekampung 24 April 2024

B. Dampak *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Brand image dan *service quality* pada sebuah lembaga keuangan syariah sangatlah penting di mata masyarakat terutama nasabah lembaga keuangan tersebut. Perbedaan *brand image* dan *service quality* pada setiap lembaga keuangan syariah sangatlah diperhatikan oleh nasabah karena hal itu menjadi faktor penentu untuk menghasilkan nasabah yang loyal atau setia.

Untuk mengetahui dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung peneliti melakukan wawancara dengan pihak bank dan nasabah sebagai berikut :

Berdasarkan wawancara dengan pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung beliau mengatakan untuk mengenalkan jenis produk tabungan wadiah dengan cara mempromosikan keunggulan kepada masyarakat dengan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan seperti pada perkumpulan saat pengajian di suatu desa. *Brand image* yang dibangun yaitu dengan cara memberitahukan keunggulan dari tabungan wadiah tersebut. Dimana keunggulan tabungan wadiah seperti adanya bagi hasil di setiap bulannya, bebas potongan saldo, dapat diambil sewaktu-waktu, dan minimal menabung hanya Rp 10.000. untuk *service quality* yang diberikan pihak PT. BPRS Aman Syariah memiliki SOP yang harus di berlakukan , sehingga nasabah dapat diberikan pelayanan yang baik sesuai ketentuan yang berlaku. Jika ada kendala atau keluhan yang dialami nasabah pihak PT. BPRS Aman

Syariah Sekampung menerima pengaduan melalui *Call Center* dan pengaduan secara langsung.³⁶

Brand image dan *Service Quality* sama-sama penting dalam membangun keberhasilan lembaga keuangan. *Brand image* menentukan persepsi konsumen terhadap jenis produk, sementara *service quality* memengaruhi pengalaman nasabah secara langsung. Keduanya bekerja bersama untuk menciptakan kesan positif yang membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat pangsa pasar.

Wawancara dengan Rurik Astini sebagai nasabah tahun tabungan wadiah sejak tahun 2017 mengatakan beliau mengetahui tabungan wadiah dari salah satu karyawan PT. PRS Aman Syariah Sekampung yang merupakan tetangganya. Beliau memilih tabungan wadiah karena berdasarkan informasi dari karyawan tersebut tabungan wadiah adalah tabungan syariah yang bebas dari riba dan transaksinya yang mudah dilakukan. Selain itu terkait keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah jumlah minimum transaksi yang dikeluarkan tergolong kecil sebesar 25 ribu dan hal tersebut tidak memberatkan beliau untuk menabung kapan saja. Semenjak menggunakan tabungan wadiah manfaat yang beliau terima adalah beliau menjadi terbebas dari riba dikarenakan tabungan tersebut merupakan tabungan syariah yang tidak memiliki potongan. Selama menjadi nasabah PT. BPRS Aman Syariah beliau jarang mengalami kendala. Beliau juga merasa selalu disambut dengan ramah dan sopan saat datang ke PT. BPRS Aman syariah. Selain karyawan yang ramah dan sopan beliau sangat merasa fasilitas yang

³⁶ Hasil wawancara dengan ibu Liana dan ibu Tika selaku pihak PT. BPRS Aman Syariah 29 April 2024

diberikan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah seperti ruang tunggu membuatnya nyaman. Rurik Astini sendiri hanya mempunyai jenis tabungan wadiah di PT. BPRS Aman syariah karena menurut beliau tabungan tersebutlah yang paling cocok untuk beliau. Dikarenakan menurut beliau tabungan wadiah adalah pilihan yang tepat beliau juga mengajak beberapa kerabatnya untuk menggunakan tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh.³⁷

Wawancara dengan Yeti Cristinawati merupakan nasabah tabungan wadiah sejak 2017. Beliau mengetahui jenis tabungan tersebut dari kerabatnya. Beliau memilih jenis tabungan tersebut dikarenakan kerabatnya mengatakan tabungan tersebut adalah tabungan berbasis syariah yang tidak dikenakan bunga riba serta transaksi yang mudah dilakukan kapan saja. Menurutnya tabungan wadiah memiliki keunggulan yaitu minimum menabung yang tidak begitu besar sehingga beliau dapat menabung kapan saja. Semenjak menjadi tabungan nasabah wadiah manfaat yang beliau terima adalah beliau dapat menabung dengan mudah dan dengan minimum setoran yang kecil sebesar Rp 25.000 beliau juga merasa terbebas dengan riba karena wadiah adalah tabungan berbasis syariah. Saat mengalami kendala buku tabungan yang hilang, pihak PT. BPRS Aman Syariah langsung memberikan respon yang tanggap dalam menyelesaikan masalahnya. Beliau merasa di hormati menjadi nasabah PT. BPRS Aman syariah karena pegawainya selalu

³⁷ Hasil Wawancara Dengan Rurik Astini Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

menyapa dengan sopan seperti selalu tersenyum dan memberikan salam. Serta alasan lain beliau senang bertransaksi dikarenakan fasilitas yang diberikan membuatnya nyaman untuk menunggu. Untuk jenis tabungan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Yeti hanya memiliki jenis tabungan wadiah alasan sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh. Beliau juga merekomendasikan beberapa kerabatnya untuk memilih tabungan wadiah.³⁸

Wawancara dengan Setyo wati merupakan nasabah tabungan wadiah sejak 2019. Beliau mengetahui jenis tabungan ini dari pihak PT. BPRS Aman syariah. Beliau memilih jenis tabungan wadiah karena pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung mengatakan tabungan tersebut adalah tabungan yang penarikan dan setoran dapat dilakukan kapan saja. Beliau mengatakan cirikhas tabungan wadiah adalah minimum biaya setoran yang relative kecil sehingga tidak memeratkan beliau untuk menabung. Selama menjadi nasabah tabungan wadiah beliau menerima manfaat yaitu dapat menabung dengan mudah karena adanya sistem jemput bola dimana pihak PT. BPRS Aman Syariah yang menemuinya untuk beliau melakukan setoran tabungan. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu tanggap, perhatian, senyum, salam, dan sopan saat melayaninya. Saat beliau melaukan transaksi langsung di PT. BPRS Aman Syariah beliau merasa nyaman menunggu antrian karena fasilitas tempat tunggu yang membuatnya merasa nyaman. Beliau sendiri tidak

³⁸ Hasil Wawancara Dengan Yeti Cristinawati Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

memiliki jenis tabungan selain wadiah di PT. BPRS Aman Syariah. Dari manfaat yang beliau rasakan beliau tidak segan untuk merekomendasikannya kepada tetangganya serta orang yang beliau kenal. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh serta pelayanan dari pegawai yang selalu ramah membuatnya nyaman dan merasa dihargai.³⁹

Wawancara dengan Ria novita sari nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2018 beliau mengetahui jenis tabungan ini dari pihak PT. BPRS Aman Syariah yang menawarkannya. Alasan beliau memilih tabungan wadiah karena transaksinya yang mudah dilakukan kapan saja. Ciri khas dari tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah adanya sisem bagi hasil serta setoran awal pembukaan rekening yang nominalnya kecil. Manfaat yang beliau terima setelah menjadi nasabah adalah beliau dapat menabung secara syariah karena terbebas dari adanya riba serta beliau dapat menabung kapan saja karena jumlah setoran yang ringan. Saat menjadi nasabah beliau belum pernah mengalami kendala dalam bertransaksi, namun menurutnya pelayanan yang diberikan pihak PT. BPRS Aman Syariah sangat cepat, ramah, sopan, serta fasilitas untuk gedung membuat beliau nyaman. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang

³⁹ Hasil Wawancara Dengan Setyo Wati Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 17 Maret 2024

beliau peroleh. Karena menurutnya tabungan wadiah sangat tepat dipilih beliau juga merekomendasikannya kepada kerabatnya.⁴⁰

Wawancara dengan Anjar nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari anaknya Ria Novita Sari. Alasan beliau memilih tabungan wadiah ini dikarenakan rekomendasi anaknya yang mengatakan bahwa tabungan wadiah adalah tabungan yang tepat. Ciri khas yang beliau ketahui adalah tabungan wadiah adalah tabungan syariah dengan sistem bagi hasil serta penarikan kapan saja tanpa dibatasi. Manfaat yang beliau terima selama menjadi nasabah tabungan wadiah adalah beliau terbebas dari adanya riba dan beliau dapat menabung dengan mudah karena adanya sistem jempot bola. Selama menjadi nasabah wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutnya pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah sangat perhatian, sopan, dan ramah. Fasilitas ruang tunggu membuat beliau merasa nyaman saat bertransaksi. Beliau memiliki jenis tabungan lain selain tabungan wadiah pada PT. BPRS Aman Syariah yaitu tabungan haji. Beliau tetap memilih tabungan wadiah karena pelayanan yang memuaskan serta tabungan wadiah memberikan kemudahan dirinya untuk menabung dengan jumlah nominal yang ringan.⁴¹

Wawancara dengan Eni suprpti nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2019 yang mengetahui jenis tabungan wadiah dari kerabatnya. Alasan beliau memilih tabungan wadiah dikarenakan minimum setoran tabungan yang

⁴⁰ Hasil Wawancara Dengan Ria Novita Sari Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 1 April 2024

⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Anjar Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

terbilang kecil, penarikan yang dapat dilakukan kapan saja, dan pelayanan yang ramah oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah. Menurutnya keunggulan tabungan wadiah adalah jumlah setoran dan merupakan tabungan syariah tanpa adanya bunga. Selama menjadi nasabah tabungan wadiah manfaat yang beliau terima adalah tabungan tidak terpotong oleh biaya admin sehingga tabungannya tidak berkurang. Saat menjadi nasabah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutnya pegawai PT. BPRS Aman Syariah sangat sopan, perhatian, ramah, dan selalu memberi salam saat beliau datang untuk bertransaksi. Fasilitas gedung dan ruang tunggu membuatnya nyaman untuk menunggu giliran bertransaksi. Untuk jenis tabungan pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung beliau hanya memiliki jenis tabungan wadiah dan beliau juga merekomendasikan kepada kerabatnya untuk mulai menabung pada jenis tabungan wadiah. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh serta beliau selalu puas dengan layanan yang diberikan pihak PT. BPRS Aman Syariah. Karena manfaat yang beliau dapatkan maka beliau juga merekomendasikan tabungan wadiah kepada kerabatnya.⁴²

Wawancara dengan Dwi Roehana nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2017 beliau menggunakan tabungan tersebut karena adanya ajakan dari kerabatnya. Alasan beliau memilih tabungan syariah karena setelah di jelaskan oleh pihak BPT. BPRS Aman Syariah menurutnya tabungan wadiah sangat tepat. Keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah tidak adanya

⁴² Hasil Wawancara Dengan Eni Suprapti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 1 April 2024

bunga riba karena merupakan tabungan syariah. Manfaat yang beliau terima adalah tidak adanya potongan pada jumlah tabungan sehingga tabungan beliau tidak berkurang. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau pernah mengalami kendala yaitu hilangnya buku tabungan. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah sangat empati dan tanggap dalam menyelesaikan kendala yang beliau alami. Selain tabungan wadiah beliau tidak memiliki jenis tabungan lain. Yang membuatnya tetap menggunakan tabungan wadiah adalah karena keunggulan tabungan wadiah, pegawai yang sangat ramah dan sopan, serta fasilitas gedung dan ruang tunggu yang nyaman. Hal tersebutlah yang membuatnya merekomendasikan tabungan wadiah kepada kerabatnya.⁴³

Wawancara dengan Rusmi Winarti nasabah tabunga wadiah sejak tahun 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari kerabatnya dan alasan memilih wadiah karena tabungan wadiah adalah tabungan syariah sayng bebas riba serta jumlah minimum tabungan yang ringan. Keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah tabungan tersebut dapat menabung mulai dari Rp 25.000 dan dapat dilakukan kapan saja. Manfaat yang terima adalah beliau tidak khawatir tabungannya akan berkurang dikarenakan tidak adanya potongan pada tabungannya. Selama menjadi nasabah wadiah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutnya pegawai PT. BPRS Aman Syariah selalu ramah, sopan, tersenyum, perhatian, dan memberikan salam saat beliau sedang bertransaksi. Fasilitas ruang tunggu yang memadai membuatnya sangat nyaman untuk bertransaksi. pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

⁴³ Hasil Wawancara Dengan Dwi Roehana Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung , pada 24 Maret 2024

beliau tidak memiliki jenis tabungan lain selain tabungan wadiah. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh serta pegawai PT. BPRS Aman Syariah yang sopan membuatnya merasa disegani. Karena hal itu beliau juga merekomendasikan tabungan tersebut kepada kerabatnya.⁴⁴

Wawancara dengan Reza Windy merupakan nasabah tabungn wadiah dari tahun 2018 . Beliau mengetahui tabungan wadiah dari kerabatnya. Alasan beliau memilih tabungan wadiah karena merupakan jenis tabungan syariah bebas dari bunga. Keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah tabungan tersebut mempunyai nominal kecil untuk setiap setoran tabungan. Manfaat yang beliau terima adalah uang pada tabungan tidak khawatir berkurang karena tidak adanya potongan. Selama menjadi nasabah beliau belum pernah mengalami kendala, namun menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu selalu tanggap, cepat menyelesaikan transaksi, sopan, dan ramah saat memberikan pelayanan, dan fasilitas gedung yang membuatnya nyaman untuk bertransaksi. pada PT. BPRS Aman Syariah beliau memiliki jenis tabungan lain selain wadiah yaitu tabungan pendidikan. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh, serta pelayanan PT. BPRS Aman syariah yang sangat sopan.⁴⁵

⁴⁴ Hasil Wawancara Dengan Rusmi Winarti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, 7 April 2024

⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan Reza Windy Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, 7 April 2024

Wawancara dengan Astuti merupakan nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2019. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari brosur yang diberikan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah. Alasan beliau memilih jenis tabungan wadiah karena setoran tabungan relatif kecil sehingga dapat menabung kapan saja. Keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah tidak adanya potongan setiap bulan. Manfaat yang beliau terima adalah tabungan yang beliau titipkan tidak khawatir berkurang dikarenakan tidak adanya potongan bunga disetiap bulan. Saat menjadi nasabah beliau belum pernah mengalami kendala namun menurutnya beliau selalu diberi pelayanan yang cepat dan tanggap. Pegawai yang ramah, sopan, perhatian serta fasilitas gedung membuatnya juga nyaman untuk bertransaksi. Beliau tidak memiliki jenis tabungan lain selain jenis tabungan wadiah, alasan beliau tetap memilih tabungan wadiah karena manfaat yang beliau terima dan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Dari manfaat yang beliau terima beliau juga merekomendasikan tabungan wadiah ke beberapa kerabatnya.⁴⁶

Wawancara dengan Reny Aditya nasabah sejak tahun 2019. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari pihak PT. BPRS Aman Syariah. Beliau memilih tabungan wadiah dikarenakan tabungan wadiah adalah tabungan yang tidak memiliki potongan setiap bulannya dan merupakan tabungan syariah. Keunggulan yang beliau ketahui adalah pada tabungan wadiah terdapat sistem jemput bola. Manfaat yang beliau terima adalah beliau tidak harus datang ke PT. BPRS Aman Syariah Sekampung saat ingin

⁴⁶ Hasil Wawancara Dengan Astuti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, 1 April 2024

menabung atau menarik tabungan karena adanya sistem jemput bola. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu cepat, tanggap, perhatian, ramah, serta sopan saat memberikan pelayanan. Saat bertransaksi langsung ke PT. BPRS Aman Syariah sekampung beliau juga merasa nyaman menunggu karena fasilitas yang memadai. Selain tabungan wadia beliau tidak memiliki jenis tabungan lain. Alasan beliau tetap memilih jenis tabungan wadiah dikarenakan kemudahan yang beliau terima saat bertransaksi, potongan yang tidak ada, serta jumlah setoran yang tidak memberatkan. Namun beliaubelum pernah merekomendasikan jenis tabungan tersebut kepada orang lain.⁴⁷

Wawancara dengan Apriyani Indrawati merupakan nasabah tabungan wadiah sejak 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan ini dari ajakan kerabatnya. Beliau memilih jenis tabungan wadiah karena tabungan tersebut adalah tabungan yang penarikan dan setoran dapat dilakukan kapan saja. Beliau mengatakan keunggulan tabungan wadiah adalah minimum biaya setoran yang relatif kecil sehingga tidak memberatkan beliau untuk menabung. Beliau menerima manfaat yaitu dapat menabung dengan mudah karena adanya sistem jemput bola. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu tanggap, perhatian, senyum, salam, dan sopan saat melayaninya. Saat beliau melaukan transaksi langsung di PT. BPRS Aman Syariah beliau merasa

⁴⁷ Hasil Wawancara Dengan Reny Aditya Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

nyaman menunggu karena fasilitas tempat tunggu yang membuatnya merasa nyaman. Beliau sendiri tidak memiliki jenis tabungan selain wadiah di PT. BPRS Aman Syariah. Dari manfaat yang beliau rasakan beliau merekomendasikan jenis tabungan wadiah kepada orang lain. Alasan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah adalah karena kemudahannya dalam menabung serta pelayanan dari pegawai yang selalu ramah membuatnya nyaman dan merasa puas.⁴⁸

Wawancara dengan Esni Sinta merupakan nasabah tabungan wadiah sejak 2017. Beliau mengetahui jenis tabungan tersebut dari kerabatnya. Beliau memilih jenis tabungan tersebut dikarenakan tabungan berbasis syariah yang tidak dikenakan bunga riba, transaksi yang mudah dilakukan kapan saja, dan tidak adanya potongan. Menurutnya tabungan wadiah memiliki keunggulan yaitu minimum menabung yang tidak begitu besar sehingga beliau dapat menabung kapan saja. Semenjak menjadi tabungan nasabah wadiah manfaat yang beliau terima adalah beliau dapat menabung dengan mudah dan dengan minimum setoran yang kecil, beliau juga merasa terbebas dengan riba karena tabungan berbasis syariah. Beliau pernah mengalami kendala buku tabungan yang hilang, pihak PT. BPRS Aman Syariah langsung memberikan respon yang tanggap dalam menyelesaikan masalahnya dan memberikan empati. Beliau merasa di hormati menjadi nasabah PT. BPRS Aman syariah karena pegawainya selalu menyapa dengan sopan seperti selalu tersenyum dan memberikan salam. Serta alasan lain beliau senang bertransaksi dikarenakan

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Apriyani Indrawati Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 7 April 2024

fasilitas yang diberikan membuatnya nyaman untuk menunggu. Untuk jenis tabungan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung beliau hanya memiliki jenis tabungan wadiah alasan beliau tetap menggunakan tabungan tersebut sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh. Beliau juga merekomendasikan beberapa kerabatnya untuk memilih tabungan wadiah.⁴⁹

Wawancara dengan Jumini merupakan nasabah tabungan wadiah 2017. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari pihak PT. BPRS Aman Syariah. Beliau memilih tabungan wadiah dikarenakan tabungan wadiah adalah tabungan syariah yang tidak memiliki potongan bunga. Keunggulan yang beliau ketahui adalah minimum setoran setiap menabung relative kecil. Manfaat yang beliau dapat dari tabungan beliau tidak khawatir terpotong karena tidak adanya bunga. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu cepat, tanggap, perhatian, ramah, serta sopan saat memberikan pelayanan. Saat bertransaksi langsung ke PT. BPRS Aman Syariah sekampung beliau juga merasa nyaman menunggu karena fasilitas yang memadai. Selain tabungan wadiah beliau tidak memiliki jenis tabungan lain. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh. Namun beliau belum pernah merekomendasikan jenis tabungan tersebut kepada orang lain.⁵⁰

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Esni Sinta Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 1 April 2024

⁵⁰ Hasil Wawancara Dengan Jumini Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 1 April 2024

Wawancara dengan Suparti nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2017 beliau mengetahui jenis tabungan ini dari pihak PT. BPRS Aman Syariah yang menawarkannya. Alasan beliau memilih tabungan wadiah karena transaksinya yang dapat dilakukan kapan saja dan jumlah minimum tabungan yang harus disetorkan tidak begitu besar. Ciri khas dari tabungan wadiah yang beliau ketahui adalah adanya sisem bagi hasil karena tidak adanya bunga riba. Manfaat yang beliau terima setelah menjadi nasabah adalah beliau dapat menabung secara syariah karena terbebas dari adanya riba serta beliau dapat menabung kapan saja karena jumlah setoran yang ringan. Saat menjadi nasabah beliau belum pernah mengalami kendala dalam bertransaksi, namun menurutnya pelayanan yang diberikan pihak PT. BPRS Aman Syariah sangat cepat, ramah, sopan, serta fasilitas untuk gedung membuat beliau nyaman. Jenis tabungan yang beliau gunakan hanya tabungan wadiah. Alasan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah karena pegawainya yang cepat, tanggap dan ramah serta jenis tabungan wadiah yang berbasis syariah sangat tepat untuk beliau. Karena menurutnya tabungan wadiah sangat tepat dipilih beliau juga merekomendasikannya kepada kerabatnya⁵¹

Wawancara dengan Sumarseh nasabah tabungan wadiah sejak 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan ini dari ajakan kerabatnya. Beliau memilih jenis tabungan wadiah karena dari informasi tabungan tersebut adalah tabungan yang penarikan dan setoran dapat dilakukan kapan saja. Beliau mengatakan keunggulan tabungan wadiah adalah minimum biaya setoran

⁵¹ Hasil Wawancara Dengan Suparti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

yang relatif kecil sehingga tidak memberatkan beliau untuk menabung. Beliau menerima manfaat yaitu dapat menabung dengan mudah karena adanya sistem jemput bola. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutny pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu tanggap, perhatian, senyum, salam, dan sopan saat melayaninya. Beliau merasa nyaman menunggu karena fasilitas tempat tunggu PT. BPRS Aman Syarah Sekampung yang membuatnya merasa nyaman. Beliau sendiri tidak memiliki jenis tabungan selain wadiah di PT. BPRS Aman Syariah. Dari manfaat yang beliau rasakan beliau merekomendasikan jenis tabungan wadiah kepada orang lain. Alasan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah adalah karena kemudahannya dalam menabung serta pelayanan dari pegawai yang selalu ramah membuatnya nyaman dan merasa puas.⁵²

Wawancara dengan Firda Marlinda nasabah sejak tahun 2019. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari pihak PT. BPRS Aman Syariah. Beliau memilih tabungan wadiah dikarenakan tabungan wadiah adalah tabungan yang tidak memiliki potongan setiap bulannya dan merupakan tabungan syarah. Keunggulan yang beliau ketahui adalah pada tabungan wadiah terdapat sistem jemput bola. Manfaat yang beliau terima adalah beliau tidak harus datang ke PT. BPRS Aman Syariah Sekampung saat ingin menabung atau menarik tabungan karena adanya sistem jemput bola. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutny pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu cepat, tanggap,

⁵² Hasil Wawancara Dengan Sumarseh Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 24 Maret 2024

perhatian, ramah, serta sopan saat memberikan pelayanan. Saat bertransaksi langsung ke PT. BPRS Aman Syariah sekampung beliau juga merasa nyaman menunggu karena fasilitas yang memadai. Selain tabungan wadiah beliau tidak memiliki jenis tabungan lain. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh. Namun beliau belum pernah merekomendasikan jenis tabungan tersebut kepada orang lain.⁵³

Hasil wawancara Tanti merupakan nasabah tabungan wadiah sejak 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan ini dari brosur yang diberikan pihak PT. BPRS Aman syariah. Beliau memilih jenis taungan wadiah karena pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung mengatakan tabungan tersebut adalah tabungan yang penarikan dan setoran dapat dilakukan kapan saja. Beliau mengatakan keunggulan tabungan wadiah adalah minimum biaya setoran yang relatif kecil sehingga tidak memberatkan beliau untuk menabung. Beliau menerima manfaat yaitu dapat menabung dengan mudah karena adanya sistem jemput bola. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu tanggap, perhatian, senyum, salam, dan sopan saat melayaninya. Saat beliau melaukan transaksi langsung di PT. BPRS Aman Syariah beliau merasa nyaman menunggu karena fasilitas tempat tunggu yang membuatnya merasa nyaman. Beliau sendiri tidak memiliki jenis tabungan selain wadiah di PT. BPRS Aman Syariah. Dari manfaat yang beliau rasakan beliau

⁵³ Hasil Wawancara Dengan Firda Marlinda Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

merekomendasikan jenis tabungan wadiah kepada orang lain. Alasan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah adalah karena kemudahannya dalam menabung serta pelayanan dari pegawai yang selalu ramah membuatnya nyaman dan merasa puas.⁵⁴

Hasil wawancara Siti nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2018. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari kerabatnya. Alasan beliau memilih tabungan wadiah ini dikarenakan kerabatnya yang mengatakan bahwa tabungan wadiah adalah tabungan yang tidak ada potongan. Ciri khas yang beliau ketahui adalah tabungan wadiah adalah tabungan syariah dengan sistem bagi hasil serta tidak adanya potongan admin. Manfaat yang beliau terima selama menjadi nasabah tabungan wadiah adalah beliau terbebas dari adanya riba dan tabungan tidak bekurang. Selama menjadi nasabah wadiah beliau belum pernah mendapatkan kendala. Menurutnya pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah sangat perhatian, sopan, dan ramah. Fasilitas ruang tunggu membuat beliau merasa nyaman saat bertransaksi. Beliau tidak memiliki jenis tabungan lain selain tabungan wadiah pada PT. BPRS Aman Syariah. Beliau tetap memilih tabungan wadiah karena pelayanan yang memuaskan serta tabungan wadiah memberikan kemudahan dirinya untuk menabung dengan jumlah nominal yang ringan.⁵⁵

Hasil wawancara Mela nasabah sejak tahun 2019. Beliau mengetahui jenis tabungan wadiah dari pihak PT. BPRS Aman Syariah. Beliau memilih

⁵⁴ Hasil Wawancara Dengan Tanti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, 17 April 2024

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Siti Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 24 Maret 2024

tabungan wadiah dikarenakan tabungan wadiah adalah tabungan yang tidak memiliki potongan setiap bulannya dan merupakan tabungan syariah. Keunggulan yang beliau ketahui adalah pada tabungan wadiah tidak terdapat potongan di setiap bulannya. Manfaat yang beliau terima adalah tabungan tidak berkurang serta bebas riba. Saat menjadi nasabah tabungan wadiah beliau belum pernah mengalami kendala. Menurutnya pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu cepat, tanggap, perhatian, ramah, serta sopan saat memberikan pelayanan. Saat bertransaksi langsung ke PT. BPRS Aman Syariah sekampung beliau juga merasa nyaman menunggu karena fasilitas yang memadai. Selain tabungan wadia beliau tidak memiliki jenis tabungan lain. Sampai saat ini beliau masih bertahan memilih tabungan wadiah karena keuntungan dan manfaat yang beliau peroleh. Namun beliau belum pernah merekomendasikan jenis tabungan tersebut kepada orang lain.⁵⁶

C. Analisis Dampak *Brand Image* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Wadiah di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti di lapangan kepada pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dan nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dimana informan memberikan jawaban yang bervariasi namun jawaban tersebut hampir sama. Masing-masing informan memberikan penjelasan mengenai *Brand Image* dan

⁵⁶ Hasil Wawancara Dengan Mela Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada 12 Maret 2024

Service Quality terhadap loyalitas mereka menggunakan tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Sekampung.

Dari hasil wawancara rata-rata nasabah tabungan wadiah sudah bergabung sejak 5 tahun lebih. Selain itu di dapatkan bahwa narasumber mengetahui informasi mengenai tabungan wadiah dari beberapa sumber, hal tersebut dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1
Data Nasabah Tabungan Wadiah

No	Nama Nasabah	Tahun Bergabung	Informasi Tabungan Wadiah
1	Rurik Astini	2017	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
2	Yeti Cristinawati	2017	Kerabatnya
3	Setyo Wati	2019	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
4	Ria Novita	2018	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
5	Anjar	2018	Kerabatnya
6	Eni Suprapti	2019	Kerabatnya
7	Dwi Roehana	2017	Kerabatnya
8	Rusmi Winarti	2018	Kerabatnya
9	Reza Windy	2018	Kerabatnya
10	Astuti	2019	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
11	Reny Aditya	2019	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
12	Apriyani Indrawati	2018	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
13	Esni Sinta	2017	Kerabatnya
14	Jumini	2017	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
15	Suparti	2017	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
16	Sumarseh	2019	Kerabatnya
17	Firda Marlinda	2018	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
18	Tanti	2018	Pihak PT. BPRS Aman Syariah
19	Siti	2018	Kerabatnya
20	Mela	2019	Kerabatnya

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa 6 nasabah seperti Rurik Astini, Yeti Cristinawati, Dwi Roehana, Esni Sinta, Jumini, dan Suparti menggunakan tabungan wadiah sejak tahun 2017, sebanyak 8 nasabah seperti Ria Novita, Anjar, Rusmi Winarti, Reza Windy, Apriyani Indrawati, Firda Marlinda,

Tanti, dan Siti sejak tahun 2018, dan sebanyak 6 nasabah seperti Setyo Wati, Eni Suprapti, Astuti, Reny Aditya, Sumarseh, dan Mela sejak tahun 2019. Dari hasil informasi bahwa sebanyak 20 nasabah tersebut selalu teratur dalam menabung dalam jenis tabungan wadiah. Dari tabel diatas juga dapat dilihat bahwa sebanyak 10 nasabah mengetahui produk tabungan wadiah dari pihak PT. BPRS Aman syariah dan sebanyak 10 nasabah lain mengetahui tabungan wadiah dari kerabatnya. Dapat dilihat bahwa brand image yang dibangun sangat berhasil, sehingga membuat nasabah tabungan wadiah merekomendasikannya kepada kerabatnya untuk menggunakan tabungan tersebut.

Dari hasil wawancara menunjukkan 8 orang narasumber seperti Ruruk Astini, Yeti Cristinawati, Ria Novita Sari, Reza Windy, Reni Aditya, Esni Sinta, Jumini, dan Firda yang mengatakan tetap menggunakan tabungan wadiah karena keunggulan tabungan wadiah yang beliau ketahui dan beliau rasakan selama menjadi nasabah tabungan wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara pihak PT. BPRS Aman Syariah sudah memenuhi dimensi untuk membentuk brand image, dimana sebagai berikut :

1. *Brand Identity* (identitas Merek)

Tabungan wadiah sendiri tidak ada logo khusus namun pada brosur dan buku tabungan wadiah terdapat logo yang sama seperti logo PT. BPRS Aman Syariah.

2. *Brand Personality* (Personalitas Merek)

Brand personality yang dibangun yaitu jumlah setoran yang relative kecil sebesar Rp 10.000 memudahkan nasabah untuk menabung kapan saja.

3. *Brand Association* (Asosiasi Merek)

Brand association yang dibangun yaitu adanya tawaran kemudahan menabung dengan sistem jemput bola, sehingga memudahkan nasabah untuk menabung meski tidak datang ke BPRS Aman Syariah Sekampung

4. *Brand Attitude and Behavior* (Sikap Dan Perilaku Merek)

Dari hasil wawancara narasumber mengatakan bahwa saat berinteraksi dengan nasabah pegawai selalu menunjukkan attitude yang baik sesuai SOP, seperti selalu tersenyum, mengucapkan salam, sopan, dan sangat ramah.

5. *Brand Benefit and Competence* (Manfaat dan Keunggulan Merek)

Dari hasil wawancara narasumber mrngatakan beberapa manfaat yang ia rasakan saat menjadi nasabah tabungan wadiah seperti kemudahan dalam penarikan dan jumlah setoran minimum menabung yang kecil membuat nasabah bisa menabung kapan saja.

Brand image yang kuat dalam konteks tabungan wadiah mencerminkan kepercayaan, kejujuran, dan kredibilitas lembaga keuangan yang menawarkan produk tersebut. Ketika nasabah memiliki persepsi positif terhadap brand image tabungan wadiah, mereka cenderung merasa aman dan yakin bahwa dana mereka dikelola dengan baik dan sesuai prinsip syariah. Ini dapat

meningkatkan loyalitas nasabah karena mereka merasa nyaman dan puas dengan pilihan mereka untuk menyimpan dana mereka dalam produk tabungan wadiah.

Sementara itu dari hasil wawancara sebanyak 12 narasumber seperti Setyo Wati, Anjar, Eni Suprapti, Dwi Roehana, Rusmi Winarti, Astute, Apriyani Idrawati, Suparti, Sumarseh, Tanti, Siti, dan Mela mengatakan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selain karena keunggulan tabungan wadiah, kualitas pelayanan yang baik menjadi juga menjadi alasan beliau tetap menggunakan tabungan wadiah. *Service quality* yang baik juga memainkan peran penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah dengan memberikan pengalaman yang memuaskan dan membangun kepercayaan. Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh suatu merek, mereka cenderung untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Mengacu pada indikator teori dimana *service quality* memiliki 5 dimensi yaitu

1. Keandalan (*Reliability*)

Dari hasil wawancara yang dilakukan narasumber mengatakan bahwa setiap ada kendala pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu menyelesaikannya hingga tuntas.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dari hasil wawancara dengan narasumber mengatakan bahwa pelayanan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung saat bertransaksi dilakukan dengan cepat.

3. Jaminan (*Assurance*)

Dari hasil wawancara narasumber mengatakan bahwa pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu sopan, santun, ramah, dan tersenyum saat memberikan pelayanan kepada nasabah.

4. Empati (*Empathy*)

Dari hasil wawancara narasumber mengatakan bahwa pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung menunjukkan kepada pelanggan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Dari hasil wawancara narasumber mengatakan bahwa bahwa fasilitas yang diberikan memadai sehingga membuat nasabah nyaman saat bertransaksi.

Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas layanan dan citra merk yang diberikan oleh suatu bank, mereka cenderung untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, ketika *brand image* atau *service quality* tidak memenuhi harapan, hal itu bisa merusak loyalitas nasabah dan bahkan menyebabkan mereka beralih ke produk tabungan lain.

Berdasarkan *brand image* yang dibangun dan *service quality* yang diberikan oleh pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung sehingga dibutuhkan kelayakan dari nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung. Dilihat dari tabel sebelumnya menurut peneliti nasabah sudah sangat loyal karena sudah bertahan lebih dari 5. Untuk melihat apakah nasabah itu loyal atau tidak maka peneliti akan menganalisis berdasarkan karakteristik loyalitas nasabah yaitu :

1. Melakukan pembelian secara teratur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 nasabah tabungan wadiah bahwa para nasabah secara rutin tetap menabung pada jenis tabungan wadiah dalam kurun waktu lebih dari 5 tahun terakhir.

2. Membeli diluar produk lini/ jasa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 nasabah tabungan wadiah terdapat 2 nasabah yaitu Anjar yang memiliki tabungan haji dan Reza Windy yang memiliki tabungan Pendidikan.

3. Merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak 12 narasumber telah merekomendasikan kerabat atau keluarganya untuk menggunakan tabungan wadiah karena manfaat yang mereka terima.

4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 20 nasabah 18 nasabah diantaranya mereka mengatakan hanya memiliki jenis tabungan wadiah pada PT. BPRS Aman Syariah

5. Mengelola loyalitas pelanggan dimulai dengan memahami bagaimana dan mengapa loyalitas itu tercipta, yang dimulai dengan siklus pembelian

Berdasarkan hasil wawancara pada 20 mengatakan tetap memilih tabungan wadiah karena *brand image* yang dibangun dan *service quality* yang memuaskan sehingga mereka terus melakukan transaksi dan menabung pada jenis tabungan wadiah.

Berdasarkan hal diatas terlihat bahwa 20 orang nasabah yang peneliti wawancarai sudah terlihat bahwa mereka sangat loyalitas terhadap produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah karena sudah memenuhi 5 karakteristik loyalitas.

Berdasarkan hal tersebut peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa bahwa *brand image* dan *service quality* memberikan dampak positif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Sekampung. Loyalitas nasabah merujuk pada tingkat kepercayaan, keterikatan, dan kesetiaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap sebuah perusahaan atau produk. Ini mencerminkan seberapa sering dan seberapa lama nasabah akan menggunakan produk atau layanan dari perusahaan tersebut, serta seberapa mungkin mereka untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan terkait dampak brand image dan service quality terhadap loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa *Brand image* dan *service quality* memberikan dampak yang positif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah di PT BRS Aman Syariah Sekampung. Hal ini dapat dilihat dari *Brand image* yang kuat dalam tabungan wadiah dimana mencerminkan kepercayaan, kejujuran, dan komitmen terhadap prinsip syariah. Ketika nasabah memiliki persepsi positif terhadap *brand image* tabungan wadiah, mereka merasa yakin bahwa dana mereka dikelola dengan baik sesuai dengan prinsip syariah. Ini menciptakan kepercayaan yang kuat yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah. *Service quality* yang tinggi dalam tabungan wadiah juga sangat penting. Nasabah mendapatkan layanan yang ramah, responsif, dan efisien. Ketika pegawai memberikan pelayanan yang berkualitas, nasabah merasa dihargai dan puas dengan pengalaman mereka. Ini membantu membangun hubungan yang baik antara bank dan nasabah, yang kemudian meningkatkan loyalitas. Jika keduanya dijaga dan ditingkatkan secara konsisten akan membantu PT BPRS Aman Syariah Sekampung untuk mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan nasabah dalam jangka panjang.

B. Saran

Penelitian berfokus pada dampak *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil penelitian diperoleh hasil bahwa *brand image* dan *service quality* berpengaruh positif dan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukanterlihat bahwa *brand image* dan *service quality* memiliki dampak positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga PT. BPRS Aman Syariah Sekampung tetap meningkatkan dan mempertahankan *brand image* dan *service quality* agar nantinya tetap tertanam citra yang baik kepada nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penyempurnaan penelitian dengan menggali lebih dalam mengenai *brand image* dan *service quality* sehingga berdampak lebih terhadap loyalitas nasabah. Dan juga diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa mendapatkan sampel yang lebih banyak lagi dan menggunakan variabel tambahan lain seperti pengetahuan, kepercayaan, dan lain sebagainya agar data yang diperoleh lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Rosalina. “Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Koperasi BMT Masalah KC Gondang Wetan Pasuruan)” (2020).
- Akuntansi, Jurnal, and Perbankan Syariah. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Kopi Bowongso Di Kabupaten Wonosobo)” 2 (2022): 100–108.
- Amalia, Nur. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 96–104.
- Andrianto, and M. Anang Firmansyah. “Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek).” *CV. Penerbit Qiara Media* (2019): 536.
- Arsyam, Muhammad, and M. Yusuf Tahir. “Ragam Jenis Penelitian Dan Perspektif.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 2, no. 1 (2021): 37–47.
- Azizah, Siti Shoimatul. *Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger (Studi Pada Nasabah Pengguna Tabungan Bsi Kcp Lumajang)*. UIN K. H. Achmad Siddiq Jember. Vol. 3, 2022.
- Budiono, Riswanto, Yohanes Sondang, S Si, M Sc, Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. “Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya” 2, no. 1 (2014): 1–7.
- Departemen Agama RI, “*Mushaf Al-Quran Terjemah Ali-Imran Ayat 153*”, (Jakarta Yayasan Penerjemah Dan Penerbit Al-Quran, 2005)
- Firmansyah, Muhammad Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek*. Edited by Qiara Media. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Fransisca, Noni Anche Natalia, and Yenita. “Dampak Service Quality Terhadap Customer Trust , Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Bus Transjakarta.” *Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 7, no. 1 (2023): 111–122.
- Hermanto. *Faktor Pelayanan , Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2009.
- Mahfudl, Azam. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Mandiri Sejahtera.” *Paper Knowledge* .

Toward a Media History of Documents (2021): 136.

Navarone, Nauffal, and Susi Evanita. "Pengaruh Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Mediasi Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang." *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 01 (2019): 50–62.

Oktavia, Yusnia, and Tri Sudarwanto. "Dampak Brand Image Dan Brand Awareness Bagi Loyalitas Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 11, no. 3 (2023).

Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Anatsari Press, 2011.

Rifa'i, Khamdan. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember, n.d.

Sasongko, Sambodo Rio. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan" 3, no. 1 (2021): 104–114.

Shandy Utama, Andrew. "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia." *UNES Law Review* 2, no. 3 (2020): 290–298.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif DAN R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.

Susilo, Agus, and Ika Trisnawati. "Pencegahan Pembiayaan Bermasalah Melalui Komite Pembiayaan." *Mahkamah* 3, no. 2 (2018): 286.

Telung, Uтары, Michael Mantiri, and Josef Kairupan. "Dampak Pemekaran Desa Dalam Menjaga Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat (Studi Di Desa Raringis, Raringis Utara, Raringis Selatan, Kecamatan Langowan Barat)" 3, no. 3 (2019): 1–8.

Wardhana, Aditya. *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*. Edited by M.M Acai Sudirman, S.E. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA, 2022.

Wiwik Sulistiyowati. *KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA*. Edited by M. Tanzil Multazam Septi Budi Sartika. Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0221/In.28.1/J/TL.00/01/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Sukma Sari Dewi Chan (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **SILFIYATUL MUNTAQIYAH**
NPM : 2003021056
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : DAMPAK BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Januari 2024
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
**DAMPAK *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI PT.
BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

A. Wawancara

1. Wawancara Pihak PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

- a. Apa yang dilakukan pihak PT. BPRS Aman Syariah untuk mengenalkan produk tabungan wadiah kepada masyarakat ?
- b. Bagaimana cara promosi pihak PT. BPRS Aman Syariah sehingga membangun *brand image* pada produk tabungan wadiah yang baik kepada calon nasabah ?
- c. Apakah yang menyebabkan tabungan wadiah lebih unggul dibandingkan dengan tabungan yang lain ?
- d. Adakah SOP mengenai pelayanan kepada nasabah dan apakah SOP tersebut harus selalu dilakukan atau dapat fleksibel mengikuti kondisi lapangan ?
- e. Apakah dalam proses administrasi nasabah selalu diberikan pelayanan yang baik sesuai SOP ?
- f. Apa yang dilakukan pihak bank jika nasabah mengalami kendala atau keluhan ?

2. Wawancara Pihak Nasabah Wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

a. *Brand Image* dan *Service Quality*

- 1) Darimakah anda mengetahui produk tabungan Wadiah pada PT. BPRS. Aman Syariah?
 - 2) Apa yang menjadi alasan anda memilih tabungan wadiah pada PT. BPRS Aman syariah ?
-

- 3) Apakah yang menjadi ciri khas atau keunggulan tabungan wadiah dibandingkan dengan jenis tabungan lainnya?
- 4) Apakah manfaat yang anda terima saat menggunakan produk tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah?
- 5) Apakah saat mengalami kendala pihak PT. BPRS Aman syariah tanggap untuk merespon keluhan anda ?
- 6) Apakah jika ada kendala pihak PT. BPRS Aman Syariah menyelesaikannya dengan cepat ?
- 7) Apakah pihak PT. BPRS Aman Syariah selalu ramah dan sopan kepada anda saat bertransaksi?
- 8) Menurut anda apakah pihak PT. BPRS Aman Syariah memberikan perhatian dan empati yang tinggi saat anda mengalami keluhan?
- 9) Apakah fasilitas gedung PT. BPRS Aman Syariah memberikan kenyamanan anda saat sedang bertransaksi?

b. Loyalitas Nasabah

- 1) Berapa lamakah anda menjadi nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?
- 2) Apakah anda memiliki tabungan lain selain tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah?
- 3) Apakah anda merekomendasikan tabungan wadiah PT. BPRS Aman Syariah kepada kerabat anda?
- 4) Apakah yang menjadi alasan anda untuk tetap menggunakan tabungan wadiah di PT. BPRS Aman Syariah?

B. Dokumentasi

1. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung
2. Foto wawancara
3. Rekaman Suara Wawancara

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan., S. Th.i., M. Ud

NIP.19920208202321032

Metro, 06 Maret 2024

Mahasiswa Ybs,



Silfiyatul Muntaqiyah

NPM.2003021056



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0788/In.28/D.1/TL.00/03/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan PT. BPRS AMAN
SYARIAH SEKAMPUNG
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0789/In.28/D.1/TL.01/03/2024,
tanggal 13 Maret 2024 atas nama saudara:

Nama : **SILFIYATUL MUNTAQIYAH**
NPM : 2003021056
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK BRAND IMGAE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN SYARIAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 13 Maret 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



Lampung Timur, 28 Maret 2024
No. : 011-3/SDI.U-BAS/2024
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iring Mulyo Metro Timur
Kota Metro

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat Nomor B-0788/In.28/D.1/TL.00/03/2024 tanggal 13 Maret 2024 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan izin riset/penelitian di BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama	:	Silfiyatul Muntaqiyah
NPM	:	2003021056
Jurusan/Prodi	:	S1 Perbankan Syari'ah
Judul	:	Dampak Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di PT BPRS Aman Syariah

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat

Gesang Bayu Winingsih
Kabag SDI & Umum



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0789/In.28/D.1/TL.01/03/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SILFIYATUL MUNTAQIYAH**
NPM : 2003021056
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK BRAND IMGAE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI PT. BPRS AMAN SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 13 Maret 2024

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Gesang Exo Winingsih, SE

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-329/In.28/S/U.1/OT.01/05/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SILFIYATUL MUNTAQIYAH
NPM : 2003021056
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003021056

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 20 Mei 2024
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah
NPM : 2003021056
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Dampak Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 Mei 2024
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouni.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021056

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu - 17/1/24	- Acc pendalaman BAB 1, 2, 3 lanjutkan u/ APDs outline	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920208202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metroiniv.ac.id E-mail: iainmetro@metroiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021056 Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 21/2/24	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki APP → sesuaikan per tanyaan dengan tugas masing :- Dan pertanyaan yg di kembangkan disesuaikan dengan teori- Outline diperbaiki	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.I., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.iaimetrov.ac.id E-mail: iainmetro@metroun.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021056 Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 28/2/23	- Perbaiki pertanyaan kepada karyawan. - Perbaiki outline	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

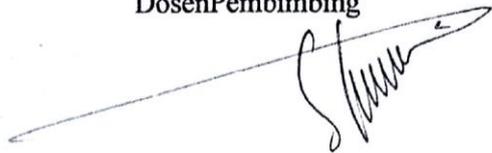
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021056 Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 6/3/2024	- Acc APO dan outline - lanjutan pengurusan surat research	

Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S. Th.i., M. Ud
NIP.19920208202321032

Mahasiswa Ybs,



Silfiyatul Muntaqiyah
NPM.2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.iametro.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021056

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 6/5/24	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki hasil wawancara Cara penguraian yang benar.- Analisis perbaikan step by step jelaskan bertahap terkait brand image dan service Quality.	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouin.ac.id E-mail: iainmetro@metrouin.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021056

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 14/5/2024	<ul style="list-style-type: none">- Margin skripsi diperbaiki- yg analisis yg masih menggunakan bahasa teori langsung digelar kan action dari BPRS- Kesimpulan a/ jawaban dari pertanyaan penelitian	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfivatul Muntaqiyah

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021056

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Abstrak -- lampirkan semua berkas- APD- Balasan research- Dokumentasi	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfivatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan KH. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296; Website: www.metroiaain.ac.id E-mail: iainmetro@metroiaain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021056

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
.	Rabu 15/5/24	- lanjutkan Abstrak - kata pengantar - Sambutan - halaman orisinalitas	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa Ybs,

Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Silfiyatul Muntaqiyah Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021056 Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28 Mei 2024	Skrripsi Acc of demunagarych kam	

Dosen Pembimbing

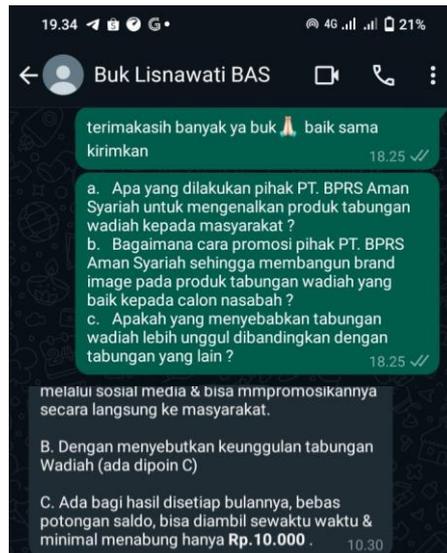
Sukma Sari Dewi Chan., S.Th.i., M. Ud
NIP. 19920108202321032

Mahasiswa, Ybs,

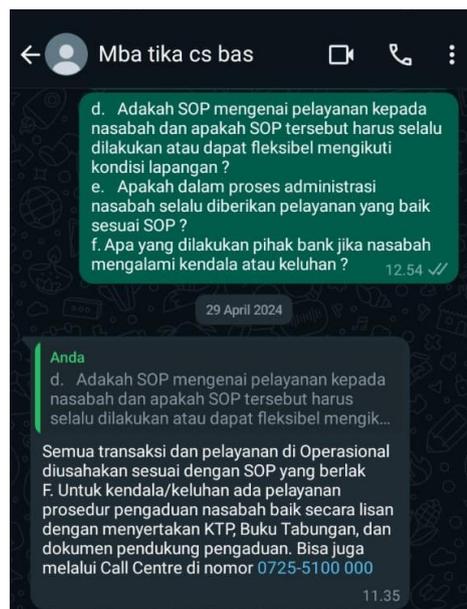
Silfiyatul Muntaqiyah
NPM. 2003021056

DOKUMENTASI DENGAN PIHAK PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Gambar 1 Wawancara dengan Pihak *Marketing* PT. BPRS Aman Syariah Sekampung



Gambar 2 Wawancara dengan Pihak *Customer service* PT. BPRS Aman Syariah Sekampung



DOKUMENTASI DENGAN NASABAH PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Gambar 3 Wawancara dengan IbuApriyani Indrawati nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 4 Wawancara dengan IbuRusmi Winarti nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 5 Wawancara dengan Ibu Reza Windy nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 6 Wawancara dengan Ibu Setyo Wati nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 7 Wawancara dengan Ibu Tanti nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 8 Wawancara dengan Ibu Siti nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 9 Wawancara dengan Ibu Dwi Roehana nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 10 Wawancara dengan Ibu Sumarseh nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 11 Wawancara dengan Ibu Suparti nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 12 Wawancara dengan Ibu Rurik Astini nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 13 Wawancara dengan Ibu Yeti Cristinaati nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 14 Wawancara dengan Ibu Astuti nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 15 Wawancara dengan Ibu Anjar nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 16 Wawancara dengan Ibu Ria Novita Sarinasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 17 Wawancara dengan Ibu Reny Adityanasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 18 Wawancara dengan Ibu Jumini nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 19 Wawancara dengan Ibu Mela nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 20 Wawancara dengan Ibu Esni Sinta Dewi nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 21 Wawancara dengan Ibu Firda Marlinda nasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



Gambar 21 Wawancara dengan Ibu Eni Supraptianasabah PT. BPRS Aman syariah Sekampung



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Silfiyatul Muntaqiyah, lahir di Desa Bumi Mas, 01 Januari 2002. Merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Sucipto dan Daryati. Bertempat tinggal di Desa Bumi Mas Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Riwayat pendidikan yang di tempuh :

1. TK PKK Bumi Mas ,lulus pada tahun 2008
2. SD N 1 Bumi Mas ,lulus pada tahun 2014
3. SMP N 2 Metro, lulus pada tahun 2017
4. SMK N 1 Metro ,lulus pada tahun 2020

Kemudian pada tahun 2020, peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Metro,jurusan S1 Perbankan Syariah,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.Pada proses penyelesaian pendidikan di perkuliahan peneliti mendapatkan bantuan dari program Beasiswa Prestasi yang di selenggarakan oleh Bank Indonesia pada tahun 2023.