

**PENGARUH NILAI PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
SIMPANAN KSPPS BMT AL-FATAA ULUJAMI
KAB. PEMALANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

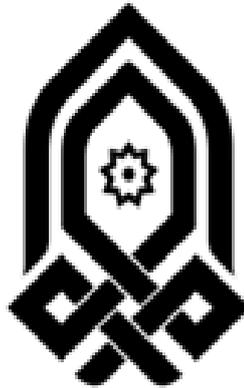
UNGGUL HANDAYANI
NIM. 4117085

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH NILAI PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
SIMPANAN KSPPS BMT AL-FATAA ULUJAMI
KAB. PEMALANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

UNGGUL HANDAYANI
NIM. 4117085

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : UNGGUL HANDAYANI

NIM : 4117085

Judul Skripsi : **Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Kspps Bmt Al-Fataa Ulujami Kab. Pematang**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 9 Juli 2021

Yang Menyatakan,



UNGGUL HANDAYANI
NIM. 4117085

NOTA PEMBIMBING

Tsalis Syaifuddin, M. Si.

Perum Puri Sejahtera Asri 3 Blok C 10 Gejlig, Kajen, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Unggul Handayani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Unggul Handayani**

NIM : **4117085**

Judul : **Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemasang**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alakum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Juni 2021

Pembimbing,



Tsalis Syaifuddin, M. Si.

NIP. 19870803 201801 1 002



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

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Unggul Handayani**
NIM : **4117085**
Judul Skripsi : **Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang**

Telah diujikan pada hari Selasa-Rabu tanggal 27-28 Juli 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Ali Amin Isfandiar, M.Ag
NIP. 19740812 200501 1 002

Ahmad Rosyid, S.E., M.Si. Akt
NIP. 19790331 200604 1 003

Pekalongan, 30 Agustus 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya serta kemudahan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan saya dapat menyelesaikan studi strata-1 ini dengan baik.

Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, dan semoga kita mendapat cinta kasihnya di hari akhir nanti. Dibalik terselesaikannya skripsi ini, ada seseorang yang memotivasi saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maka karya skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada Ayahanda tercinta Bapak Suroso (Alm), Ibunda tersayang Ibu Tri Hartati yang dengan sepenuh hati tulus ikhlas mengasuh, mendidik dan mendo'akan yang terbaik demi kesuksesan penulis.
2. Saudara-saudaraku Sri Subekti Riyadi, Hesti Winarni, Agung Tri Laksono yang dengan kasih sayangnya telah memberikan pengorbanan materi maupun non materi dan do'anya kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
3. Untuk Bapak Tsalis Syaifuddin, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
4. Untuk seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berarti. Serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi.
5. Seluruh sahabat, teman-temanku, dan orang tersayang Khaedar Al-Jawad terima kasih atas dukungan dan do'a dari kalian semua.
6. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

MOTTO

JADILAH ORANG BAIK

Hdr Haidar

ABSTRAK

UNGGUL HANDAYANI. Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Kspps Bmt Al-Fataa Ulujami Kab. Pematang

Loyalitas anggota merupakan suatu komitmen anggota terhadap produk/jasa yang mereka gunakan dan rasa antusiasnya untuk menceritakan kepada orang lain. Loyalitas anggota yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari anggota ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk/jasa. Keputusan untuk menggunakan atau menolak suatu produk/jasa muncul setelah anggota mencobanya, kemudian akan timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk/jasa tersebut. Rasa suka terhadap produk/jasa dapat muncul apabila anggota merasa bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan anggota. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai produk, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pematang.

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22.0.

Hasil penelitian berdasarkan uji t, diperoleh t_{tabel} 1,98525. Adapun variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota adalah nilai produk dengan t_{hitung} (2,317), kualitas layanan dengan t_{hitung} (3,199), dan kualitas produk dengan t_{hitung} (3,656). Melalui uji f, menunjukkan secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota dengan f_{hitung} 107,638 > f_{tabel} (2,70) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dan dari hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,766. hal ini berarti 76,6% loyalitas anggota yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu nilai produk, kualitas layanan dan kualitas produk. Sisanya ($100\% - 76,6\% = 23,4\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Loyalitas Anggota, Nilai Produk, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk

ABSTRACT

UNGGUL HANDAYANI, 2021. The Influence of Product Value, Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty (Case Study on Products Deposits at KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami).

Member loyalty is a member's commitment to the products or services they use and their enthusiasm to tell others. High member loyalty indicates a high level of satisfaction from members when deciding to use a product or service. The decision to use or reject a product or service appears after members try it, then there will be a feeling of liking or disliking the product or service. Liking for a product or service can arise if members feel that the product or service they use is of good quality and can meet or even exceed the wishes and expectations of members. The purpose of this study was to determine the effect of product value, service quality, and product quality on member loyalty at KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang.

This research was conducted at KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami. This research is a type of quantitative research using a descriptive quantitative approach. The method of data collection in this study is a questionnaire method (questionnaire) using a sample of 99 respondents. The sampling technique used in this study is purposive sampling. This study uses data analysis methods validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis with the help of SPSS 22.0.

The results of the study based on the t-test, obtained $t_{table} 1.98525$. The variables that have a positive and significant effect on member loyalty are the value of product with $t_{count} (2,317)$, service quality with $t_{count} (3.199)$, and product quality with $t_{count} (3.656)$. Through the f-test, it shows that the three variables have a significant effect on member loyalty with $f_{count} ,107.638 > f_{table} (2.70)$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. and from the results of the coefficient of determination (R^2) test that has been carried out, it shows that the adjusted R square value is 0,766. This means 76,6% member loyalty which can be explained by independent variables, namely product value, service quality and product quality. The rest ($100\% - 76,6\% = 23,4\%$) was explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Member Loyalty, Product Value, Service Quality and Product Quality

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Kspps Bmt Al-Fataa Ulujami Kab. Pematang*”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya, dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dorongan, arahan serta bimbingan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devi, M.M selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).
6. Bapak Tsalis Syaifuddin, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada Ayahanda tercinta Bapak Suroso (Alm), Ibunda tersayang Ibu Tri Hartati yang dengan sepenuh hati tulus ikhlas mengasuh, mendidik dan mendo'akan yang terbaik demi kesuksesan penulis.
8. Saudara-saudaraku Sri Subekti Riyadi, Hesti Winarni, Agung Tri Laksono yang dengan kasih sayangnya telah memberikan pengorbanan materi

maupun non materi dan do'anya kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.

9. Seluruh sahabat, teman-temanku, dan orang tersayang Khaedar Al-Jawad terima kasih atas dukungan dan do'a dari kalian semua.
10. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Amiin.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 9 Juli 2021

Penulis,



UNGGUL HANDAYANI
NIM. 4117085

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Loyalitas Anggota.....	12
2. Nilai Produk.....	16
3. Kualitas Layanan	20
4. Kualitas Produk	26
B. Telaah Pustaka.....	30
C. Kerangka Berpikir	33
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38

A. Jenis Penelitian	38
B. Pendekatan Penelitian.....	38
C. Setting Penelitian.....	39
D. Populasi, Sampel, dan Tehnik Pengambilan Sampel	39
E. Variabel Penelitian	41
F. Sumber Data Penelitian	42
G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	43
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Data	51
B. Analisis Deskriptif	54
C. Analisis Data.....	70
D. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	
1. Lampiran 1	I
2. Lampiran 2.....	VII
3. Lampiran 3.....	XXV
4. Lampiran 4.....	L
5. Lampiran 5.....	LI
6. Lampiran 6.....	LII
7. Lampiran 7.....	LIV

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة Ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة Ditulis *Fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perkembangan Nasabah BMT Al-Fataa	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	52
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Nilai Produk	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan	55
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Anggota.....	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Nilai Produk.....	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Loyalitas Anggota	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	70
Tabel 4.15	Hasil Uji One Sampel Kolmogrov Smirnov Test.....	72
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel 4.17	Hasil Uji Glejser	74
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas	75
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.20	Hasil Uji t	77
Tabel 4.21	Hasil Uji f	79
Tabel 4.22	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	32
Gambar 4.1 Histogram	71
Gambar 4.2 Hasil Uji Grafik Normal Probability Plot	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatter Plot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	lampiran 1
Hasil Data Mentah Kuesioner Penelitian	lampiran 2
Hasil Uji SPSS	lampiran 3
Surat Ijin Penelitian.....	lampiran 4
Surat Keterangan Penelitian di KSPPS BMT Al-Fataa	lampiran 5
Dokumentasi	lampiran 6
Riwayat Hidup Penulis.....	lampiran 7

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi telah mendorong dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dan mempertajam persaingan. Persaingan bisnis jasa di Indonesia kini semakin ketat, terutama yang bergerak pada industri jasa keuangan, salah satunya yaitu lembaga syariah non bank. Setiap lembaga berusaha untuk meraih anggota baru dan mempertahankan anggota yang sudah ada. Lembaga harus dapat menentukan strategi pemasaran apa yang tepat untuk mempertahankan usahanya dan dapat meraih tujuan utama dari lembaga tersebut. Bagi pemasar, perilaku anggota yang di nilai emosional dapat menjadi kesempatan sekaligus boomerang dalam meraih dan mempertahankan anggota (Badruz Zaman, 2014).

Lembaga Keuangan Islam mulai terlihat perkembangannya seiring berjalannya waktu. Banyak lembaga-lembaga di zaman sekarang ini berlabelkan tentang Islam. Tidak hanya di perbankan saja yang mulai banyak merambah pada prinsip syariah, tetapi Lembaga Keuangan Syariah non Bank juga mulai banyak diminati seperti Asuransi Syariah, Koperasi Syariah, dan Pegadaian Syariah (Nila Nur Fitriani, 2018).

Dengan perkembangan Lembaga Keuangan Syariah non Bank ini diharapkan bisa bersaing dengan lembaga-lembaga keuangan konvensional yang lainnya. Dalam kegiatan bisnis ekonomi persaingan sangat umum terjadi

antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. Persaingan ini memaksa lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional untuk tetap terus berinovasi agar dapat bersaing dan berkembang dengan pesat (Nila Nur Fitriani, 2018).

Tjiptono dalam Nurudin (2017) mengatakan bahwa loyalitas anggota merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Anggota yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan dan tidak akan terpengaruh kepada produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain. Loyalitas anggota juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan anggota yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas anggota pada penyedia jasa tersebut (Tjiptono dalam Nurudin (2017)).

Rangkuti dalam Muhammad Fajri Muhtadi dkk (2020) mengatakan bahwa nilai produk sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi anggota atas apa yang telah diterima oleh anggota dan yang telah diberikan oleh produk tersebut (Rangkuti dalam Muhammad Fajri Muhtadi dkk (2020)). Sedangkan menurut Woodruf dalam Muhammad Fajri Muhtadi dkk (2020) mengemukakan bahwa konsep nilai produk mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan anggota, dimana nilai-nilai yang dirasakan saat mengkonsumsi produk akan membentuk

kepuasan anggota, dan kepuasan ini akan berpengaruh terhadap loyalitas anggota (Woodruff dalam Muhammad Fajri Muhtadi dkk, 2020).

Selain faktor nilai produk, yang bisa mempengaruhi loyalitas anggota yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan jadi aspek yang sangat memastikan dalam keberhasilan suatu usaha. Anggota akan merasa bangga apabila dilayani oleh petugas BMT secara baik, dimana pelayanan yang baik akan menimbulkan loyalitas anggota. Sehingga BMT akan lebih mudah dalam membentuk perilaku loyal dari diri anggota (Fretty Welta, 2017).

Selain kualitas layanan, yang tak kalah penting yaitu kualitas produk. Produk dapat dibedakan menjadi 2 yaitu produk barang (berwujud) dan produk jasa (tidak berwujud). Produk barang (berwujud) yaitu produk yang berwujud fisik sehingga bisa dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan diperlakukan fisik lainnya. Dengan begitu produk-produk akan mampu bersaing dipasaran, sehingga menjadikan anggota memiliki banyak alternatif pilihan produk. Kemudian keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh anggota dan bisa membuat anggota tertarik untuk mencoba, membeli produk, dan menikmatinya (Layla Hidayatul Fadhila, 2019).

Secara yuridis Lembaga Keuangan Mikro dibagi menjadi 2 golongan, yaitu LKM formal dan LKM informal. LKM formal adalah LKM yang memiliki landasan hukum dan legitimasi dari instansi yang berwenang, sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang ada, seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Sedangkan LKM Informal dibentuk tanpa ada landasan hukum dan

legitimasi dari instansi yang berwenang sebagaimana diatur dalam perundang-undangan. Bentuk dari LKM ini antara lain Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) serta BMT (Hestanto, 2021).

Ketidakjelasan badan hukum BMT menjadi permasalahan yang masih belum bisa diatasi, namun merujuk pada Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Keuangan, Menteri Dalam Negeri, Kementerian Koperasi dan UKM bersama Gubernur Bank Indonesia nomor 351.1/KMK/010/2009, Nomor 900-639a tahun 2009, Nomor 01/SKB/M.KUKM/IX/2009 dan Nomor 11/43a/KEP.GBI/2009 tentang strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro dapat memilih menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) atau Koperasi atau Badan Usaha Milik Desa (BUMdes) atau lembaga keuangan lainnya dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Hestanto, 2021).

Berdasarkan SKB tersebut BMT dituntut memilih sendiri ingin menggunakan payung hukum yang mana. Jika BMT memilih badan hukum koperasi maka BMT harus tunduk pada ketentuan Undang-undang Nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian. Khusus untuk BMT sendiri jika ingin berbentuk koperasi maka BMT harus menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) namun semenjak keluarnya Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi atau bisa disebut KSPPS, maka undang-undang yang berkaitan dengan KJKS tidak berlaku lagi.

Peraturan tersebut tercantum dalam BAB XI tentang Ketentuan Peralihan pasal 36 ayat 7 (Hestanto, 2021).

KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami merupakan salah satu BMT yang berbentuk koperasi multi usaha (KSU) yang beroperasi berdasarkan sistem syariah, dimana pembentukan BMT tidak lepas dari kebutuhan masyarakat ulujami dengan syarat yang sederhana dan mudah. Adapun produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami yaitu simpanan dan pembiayaan. Produk simpanan terbagi menjadi 6 yaitu tabungan mudharabah/ tabah, simpanan pendidikan/ tarbiyah, simpanan wisata, simpanan qurban/ saqura, simpanan hari raya/ sahara, simpanan sembako/ simbako. Sedangkan untuk produk pembiayaan dibagi menjadi 3 yaitu musyarokah/ MSY, murabahah/ MBA, bai' bitsaman 'ajil/ BBA (Zaka, 2020).

Tabel 1 Data Perkembangan Anggota BMT Al-Fataa

No	Nama Produk	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	Simpanan	2016	1.797
		2017	1.770
		2018	976
		2019	1.230
2.	Pembiayaan	2016	183
		2017	178
		2018	175
		2019	181
Jumlah Total Nasabah			6.490 orang

Sumber: BMT Al-Fataa

Untuk uraian tabel di atas tahun 2016, 2017, 2018 anggota simpanan dari BMT Al-Fataa menaik namun ditahun 2018 anggota simpanan menurun. Sebaliknya untuk anggota pembiayaan di tahun 2016,2017, 2019 menaik namun ditahun 2018 anggota pembiayaan menurun. Perihal ini bisa

menunjukkan jika masih terdapat anggota BMT Al-Fataa yang tidak loyal. Sebagian aspek yang mengakibatkan anggota tersebut tidak loyal, antara lain anggota tersebut mempunyai rekening tidak hanya rekening BMT Al-Fataa, dan dia tidak pernah berhubungan dengan BMT Al-Fataa dalam beberapa bulan terakhir.

Hasil riset yang dilakukan oleh Rahmata Yunal Fikri (2019) menunjukkan bahwa nilai produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas. Hasil riset yang dilakukan oleh Ana Fitriyani (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Hasil riset yang dilakukan oleh Liya Ulfatun Nikmah (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Perbedaan penelitian ini dengan temuan penelitian sebelumnya guna mengkaji lebih mendalam hubungan pengaruh antara nilai produk terhadap loyalitas anggota, kualitas layanan terhadap loyalitas anggota, dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota. Arah pengaruh inilah yang akan dikaji dalam penelitian ini.

Memandang permasalahan tersebut, loyalitas anggota BMT bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Oleh sebab itu faktor-faktor tersebut bakal jadi variabel dalam penelitian ini. Aspek yang mempengaruhi loyalitas anggota BMT antara lain nilai produk, kualitas layanan, dan kualitas produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas

anggota butuh dikaji untuk menolong BMT Al-Fataa berkembang serta maju dalam tingkatkan layanan anggota.

Sesuai uraian tersebut, peneliti berpikir untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Nilai Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pematang**

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah dipaparkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota. Faktor-faktor tersebut bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah nilai produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
2. Apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
3. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
4. Apakah nilai produk, kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas anggota?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian ini, untuk:

1. Menjelaskan bahwa loyalitas anggota simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang dipengaruhi oleh peningkatan nilai produk.
2. Menjelaskan bahwa loyalitas anggota simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang dipengaruhi oleh peningkatan kualitas layanan.
3. Menjelaskan bahwa loyalitas anggota simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang dipengaruhi oleh peningkatan kualitas produk.
4. Menjelaskan bahwa loyalitas anggota simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang dipengaruhi oleh peningkatan nilai produk, kualitas layanan dan kualitas produk.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan informasi kepada semua pihak terkait yaitu:

1. Secara Teoritis

a. Bagi Akademisi

Adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan, literasi ilmiah, dan khasanah ilmu pengetahuan. Khususnya yang terkait loyalitas anggota yang berhubungan dengan faktor nilai produk, kualitas layanan, dan kualitas produk.

b. Bagi peneliti

Adanya penelitian ini bisa menambah referensi bagi peneliti berikutnya yang memiliki topik serupa di kemudian hari, dan menjadi objek kajian ulang dengan menambah variabel baru. Khususnya yang

berkaitan dengan nilai produk, kualitas layanan, dan kualitas produk dalam menentukan kelayakan anggota.

2. Secara Praktis

a. Bagi koperasi

Dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al-Fataa Ulujami dalam upaya mengembangkan layanan yang diberikan kepada anggotanya, agar kelayakan anggota semakin meningkat.

b. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian. Khususnya pada penelitian yang terkait dengan pengaruh nilai produk, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota bisa menjadi acuan dan bahan bacaan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota.

E. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dan menjelaskan pokok bacaan dalam penyusunan penelitian ini, penulis membagi penyusunan penelitian ini menjadi dalam 5 bab serta terdiri atas beberapa sub-sub bab. Sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah yang memuat alasan-alasan pemunculan masalah yang diteliti. Kemudian

dilanjutkan dengan rumusan masalah yang merupakan penegasan terhadap apa yang terkandung dalam latar belakang masalah. Selanjutnya, dipaparkan tujuan dan manfaat penelitian untuk memastikan dapat atau tidaknya penelitian ini menghasilkan temuan baik yang bersifat teoritis maupun praktis dan dilanjutkan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka, dalam bab ini berisi landasan teori yang menguraikan dasar pustaka penelitian ini baik teoritis berupa penjelasan masing-masing variabel independen berupa nilai produk, kualitas layanan, kualitas produk dan variabel dependen berupa loyalitas anggota. Kemudian dilanjutkan dengan telaah pustaka (penelitian terdahulu) yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Dan dijelaskan juga kerangka berfikir dan hipotesis penelitian sebagai pondasi awal suatu penelitian dibangun.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menguraikan metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis pendekatan dan jenis penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV Analisis Dan Pembahasan, bab ini menguraikan data-data yang diperoleh dari penelitian di lapangan yang kemudian diolah oleh penulis. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan metode analisis yang telah dijabarkan pada bab III untuk kemudian diteliti lebih lanjut dan diambil kesimpulannya pada sub bab pembahasan.

Bab V Penutup, bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian sehingga peneliti belum mampu dianggap sempurna dan saran yang peneliti utarakan sebagai wujud tindak lanjut dari adanya penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Nilai produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y) simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang, ditunjukkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($2,317 > 1,98525$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,023 < 0,05$).
2. Kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y) simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang, ditunjukkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($3,199 > 1,98525$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$).
3. Kualitas produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y) simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang, ditunjukkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($3,656 > 1,98525$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
4. Nilai produk (X_1), kualitas layanan (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y) simpanan KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kab. Pemalang,

ditunjukkan oleh nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel ($107,638 > 2,70$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar $0,766$. hal ini berarti $76,6\%$ loyalitas anggota (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu nilai produk (X_1), kualitas layanan (X_2) dan kualitas produk (X_3). Sisanya ($100\% - 76,6\% = 23,4\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Keterbatasan penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mana keterbatasan tersebut dapat diatasi pada penelitian selanjutnya yang akan memperbaiki pada hasil penelitian ini. Adapun keterbatasan yang ada dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

- a. Keterbatasan periode penelitian. Dalam penelitian ini hanya empat tahun yaitu dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Sehingga masih banyak kekurangan dari hasil penelitian yang didapat.
- b. Keterbatasan variabel penelitian. Dalam penelitian ini hanya meneliti variabel nilai produk, kualitas layanan dan kualitas produk. Sehingga kemungkinan masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota.

2. Saran untuk penelitian lanjutan bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik penelitian yang sama disarankan untuk bisa menambah variabel baru untuk mengembangkan penelitian ini seperti kepercayaan anggota, kepuasan anggota, maupun variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas anggota.
2. Bagi peneliti berikutnya sebaiknya dapat menambah periode dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, sehingga penelitian tersebut memiliki data yang bervariasi dan kemungkinan akan mendapatkan hasil analisis yang lebih akurat dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assuari, Sofjan. 2007. Manajemen Pemasaran: Konsep Dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fadhila, Layla Hidayatul. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening Pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi-Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi IAIN Tulungagung. Tulungagung.
- Fikri, Rahmata Yunal. 2019. Pengaruh Nilai Produk Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Bung Hatta.
- Fitriani, Nila Nur. 2018. Pengaruh Pelayanan dan Kohesivitas Terhadap Loyalitas Anggota Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi UIN Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Gozhali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS19. Cet. Ke-5 .Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidhuiddin, Didin dan Tanjung, Hendri. 2003. Manajemen Syariah Dalam Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hendryadi, S. 2015. Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana.
- Hestanto. 2021. Sejarah dan Badan Hukum Baitul Maal wat Tanwil (BMT). Diakses pada 10 Agustus 2021, dari <https://www.hestanto.web.id/sejarah-dan-badan-hukum-baitul-mal-wat-tanwil/amp/>
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2015. Bauran Pemasarn dan Loyalitas Konsumen. Bandung: CV. Alfabeta.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen. Cet. Ke-6. Yogyakarta: BPFE
- Ismayani, A. Metodologi Penelitian. Penerbit: Syiah Kuala University Press.

- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, H & Temalagi, S. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. Hlm 63.
- Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan lokasi .2018 .Lestari, Dewi ,*Skripsi* .(terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BMT Saka Madani .Sarjana Ekonomi Islam Universitas Alma Ata. Yogyakarta
- Mahmudi, A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bmt Tumang Cabang Salatiga. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Salatiga.
- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., Utomo, S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al-Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*. (9) 2.
- Nurudin. 2017. Pengaruh Sharia Marketing Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT Walisongo Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. (8) 1.
- Novita, Ayu. 2019. Analisis Faktor Loyalitas Anggota BMT Mitra Ummat Nasional Rumbia Lampung Tengah. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi IAIN Metro. Metro.
- Octafiana, R. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di Bmt Taruna Sejahtera. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Salatiga
- Putro, Shandy Widjoyo., Semuel, H., Karina, R., Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. (2) 1.
- Ramadhan, D. S. S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan *Murabahah* Pada Bmt Al-Aqobah Pusri Palembang. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Risal, Taufiq. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoenng Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis*. (1) 1.
- Rizan, Muhammad & Arrasyid, Harun. 2008. Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan

dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Di Bekasi. *Jurnal Siasat Bisnis*. (12) 2.

- Rochim, Abdul. 2020. Pengaruh Syari'ah Compliance, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus pada BMT Mubarakah Undaan Lor Kudus). *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Islam IAIN Kudus. Kudus.
- Setiawan, Feri Novianto. 2018. Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Disiplin Kerja Terhadap Loyalitas Anggota di Kopsyah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi IAIN Tulungagung. Tulungagung.
- Setiawan, Rahmat Yuli. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo). *Skripsi*, Sarjana Ilmu Ekonomi Islam STAIN Salatiga. Salatiga
- Saifudin, Azwar. 1998. Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Siregar, Syofian. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS. Ed. I, Cet. II. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V wiratna & Endrayanto, Poly. 2012. Statistik untuk Penelitian. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sujarweni. V. W. 2020. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press.
- Supranto, J. 2001. Statistik Teori dan Aplikasi. Jakarta : Erlangga. Hlm 273.
- Suryabrata, Sumadi. 1995. Metodologi Penelitian. Jakarta : PT RajaGrafindo.
- Sutrisno., Cahyon, Dwi., Qomariah, Nurul. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. (7) 2.
- Taniredja, Tukiran & Mustafidah, Hidayati. 2012. Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar). Bandung : Alfabeta.
- Unardjan, D. D. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wahyudi, S. T. 2016. Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan Eviews. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Welta, F. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah. *Jurnal I-Economic*. (3) 2.
- Wibisono, Iqbal. 2018. Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung). *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Salatiga.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Yogyakarta: Gava Media. Hlm 73.
- Yuriansyah, Auli Lucky. 2013. Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*. (2) 1.
- Zaka. 2020. Wawancara BMT Al-Fataa.
- Zaman, Badruz. 2014. Pengaruh Brand Characteristic Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus BMT Mitra Usaha Mulia Tempel). *Skripsi*, Sarjana Ekonomi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta.