

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
PRODUK SIMPANAN SEMBAKO HARI RAYA (SIKOHAR)
DI KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SARAH AULIA HANDAYANI

NIM : 4217036

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

2021

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
PRODUK SIMPANAN SEMBAKO HARI RAYA (SIKOHAR)
DI KSPPS MINNA LANA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SARAH AULIA HANDAYANI

NIM : 4217036

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

2021

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sarah Aulia Handayani

NIM : 4217036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan”** merupakan hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis cantumkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 19 Juli 2021

Yang Menyatakan



Sarah Aulia Handayani

NIM. 4217036

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Tamamudin, M.M

Jl. K.H. Ahmad Dahlan Tirto, Kota Pekalongan, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Sarah Aulia Handayani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
di **PEKALONGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Sarah Aulia Handayani

NIM : 4217036

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 19 Juli 2021

Pembimbing


Dr. H. Tamamudin, M.M

NIP. 197910302006041018



**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 (IAIN) Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **Sarah Aulia Handayani**

NIM : **4217036**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.**

Telah diajukan pada hari Rabu-Kamis tanggal 4-5 Agustus 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Pengaji,

Pengaji I

M. Shuhroni, Ph.D., Lc, M.A., M.Si

NIP. 197507062008011016

Pengaji II

Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 198301182015031001

Pekalongan, 16 Agustus 2021



PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselasaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan ini skripsi saya persembahkan skripsi kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Solihin dan Ibu Anisah. Terimakasih telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan nasehat yang selama ini kalian berikan sehingga memotivasku untuk terus berjuang meraih masa depan.
2. Adik-adikku, Haikal, Rafi, Ari, Rama, Sittah dan keluarga besar yang selalu saya sayangi dan selalu memberikan dukungan.
3. Pembimbing skripsiku Bapak Tammudin, M.M yang selalu memberikan saran, bimbingan dan pengarahan selama proses penggerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Teman-teman Ollosquad yang sudah menemaniku dan mendukungku dari awal semester hingga selesai.
5. Teman-teman seperjuangan dari Perbankan Syariah angkatan 2017.
6. Almamater tercinta IAIN Pekalongan.

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

(Q.S Ar-Ra'd: 11)

Janganlah pernah menyerah

Setiap kali kamu ragu seberapa jauh kamu bisa, ingatlah seberapa jauh kamu telah berusaha

ABSTRAK

SARAH AULIA HANDAYANI. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan. Jenis penelitian yang diterapkan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan memberikan kuesioner kepada anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) dengan sampel terdiri dari 95 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan bantuan IBM SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 5,113 + 0,298X_1 + 0,119X_2 + 0,191X_3 + e$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan pada variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Uji F menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas. Pada uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,332 dapat diartikan bahwa kontribusi variasi variabel independen (kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan) mampu menjelaskan variabel dependen (loyalitas) sebesar 33,2% dan 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dieksplorasi oleh peneliti.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas

ABSTRACT

SARAH AULIA HANDAYANI. The Effect of Trust, Service Quality and Corporate Image on Member Loyalty of Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) product in KSPPS Minna Lana Pekalongan.

This research aims to find out the influence of trust, service quality and corporate image on member loyalty of Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) products in KSPPS Minna Lana Pekalongan. The type of research applied using field research with a quantitative approach. The source of data used in this study is primary data by giving questionnaires to members of Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) products with sample consisting of 95 respondents. Sampling technique using accidental sampling. The data analysis technique used in multiple linier regression analysis, with the analysis assistance SPSS program version 22.

The results of research showed that obtained multiple linier regression equation $Y = 5,113 + 0,298X_1 + 0,119X_2 + 0,191X_3 + e$. The result of t test showed that variables of trust and corporate image have positive and significant effect on loyalty. While on the variable service quality has no significant effect on loyalty. F test showed that trust, service quality and corporate image together affect loyalty. The coefficient of determination test (R^2) of 0,332 can be interpreted that the contribution of the variation of the independent variable (trust, service quality and corporate image) is able to explain the dependen variable (loyalty) of the 33,2% and 66,8% is influenced by other variables not explored.

Keywords: Trust, Service Quality, Corporate Image and Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan”**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berterimakasih dengan adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak M. Shulthoni, Lc., MA., MSI., Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nurfani Arisnawati, S.E. M.M selaku Dosen Pensehat Akademik (DPA)
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staff.
8. Orangtua, keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata dan pembahasan materi dalam 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 arahan yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

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

Pekalongan, 19 Juli 2021

Penulis



Sarah Aulia Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBERAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Relationship Marketing Theory</i>	8
2. Loyalitas	10
3. Kepercayaan.....	12
4. Kualitas Layanan.....	14
5. Citra Perusahaan.....	18
B. Tinjauan Pustaka	20
C. Kerangka Berpikir	38
D. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Setting Penelitian	41
C. Variabel Penelitian	42
D. Definisi Operasional.....	45
E. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel	48
3. Teknik Pengambilan Sampel	49
F. Sumber Data.....	49
1. Data Primer	50
G. Metode Pengumpulan Data.....	50
H. Metode Analisis Data	52

1. Uji Instrumen	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	52
2. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolinearitas	53
c. Uji Linieritas	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4. Uji Hipotesis	55
a. Uji Parsial (T)	55
b. Uji Simultan (F)	56
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data.....	57
1. Deskripsi Data Penelitian	57
2. Karakteristik Responden	58
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
b. Responden Berdasarkan Usia	59
c. Responden Berdasarkan Pendidikan	60
d. Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
e. Responden Berdasarkan Pendapatan	62
f. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	63
B. Analisis Data	64
1. Uji Instrumen	64
a. Uji Validitas	64
b. Uji Reliabilitas	65
2. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Normalitas	66
b. Uji Multikolinearitas	67
c. Uji Linieritas	69
3. Analisis Regresi Linier Berganda	71
4. Uji Hipotesis	73
a. Uji Parsial (T)	73
b. Uji Simultan (F)	75
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian	77
1. Pengaruh Kepercayaan (X_1) Terhadap Loyalitas (Y)	77
2. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Loyalitas (Y)	79
3. Pengaruh Citra Perusahaan (X_3) Terhadap Loyalitas (Y)	81
4. Pengaruh Kepercayaan (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Citra Perusahaan (X_3) Terhadap Loyalitas (Y)	83

BAB V PENUTUP	84
A. Simpulan	85
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	
1. Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	I
2. Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	IV
3. Lampiran 3 Output Uji Instrumen	XII
4. Lampiran 4 Output Uji Asumsi Klasik	XVI
5. Lampiran 5 Output Analisis Regresi Linier Berganda	XVIII
6. Lampiran 6 Output Uji Hipotesis	XIX
7. Lampiran 7 Surat Izin Penelitian	XX
8. Lampiran 8 Surat Balasan Penelitian	XXI
9. Lampiran 9 Dokumentasi	XXII
10. Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup	XXIII

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku 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 dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fenom 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. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa		Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha		Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal		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		es (dengan titik di bawah)

ض	Dad		de (dengan titik di bawah)
ط	Ta		te (dengan titik di bawah)
ظ	Za		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	^	Aposrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كتب	ditulis	kataba
فعل	ditulis	fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قال	ditulis	q la
رمي	ditulis	ram

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ ditulis rau ah al-a f 1

rau atula f 1

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا ditulis rabban

الْبَرَّ ditulis al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الشَّمْسُ ditulis asy-syamsu

الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu

الْبَدْيُ ditulis al-bad 'u

7. Huruf Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

ditulis umirtu

ditulis syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR), 2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 27
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator, 45
Tabel 3.2	Skala Likert, 51
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 58
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia, 59
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan, 60
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan, 61
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan, 62
Tabel 4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota, 63
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas, 64
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas, 66
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov (K-S), 67
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas, 68
Tabel 4.11	Hasil Uji Linieritas Kepercayaan (X_1) Terhadap Loyalitas (Y), 69
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Loyalitas (Y), 70
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas Citra Perusahaan (X_3) Terhadap Loyalitas (Y), 71
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 72
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial T, 74
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan F, 75
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir, 39

Gambar 6.1 Proses Pengisian Kuesioner, XXII

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner, IV
- Lampiran 3 Output Uji Instrumen, XII
- Lampiran 4 Output Uji Asumsi Klasik, XVI
- Lampiran 5 Output Analisis Regresi Linier Berganda, XVIII
- Lampiran 6 Output Uji Hipotesis, XIX
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian, XX
- Lampiran 8 Surat Balasan Penelitian, XXI
- Lampiran 9 Dokumentasi, XXII
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap tahun persaingan dalam dunia bisnis terus meningkat, perkembangan teknologi dan juga keterbukaan informasi menuntut berbagai pihak untuk lebih sigap dalam mengembangkan bisnis yang dijalankan. Hal ini juga dirasakan oleh setiap Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dalam menghadapi persaingan diantara banyaknya lembaga keuangan yang hadir pada masa kini. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) perlu memikirkan pendekatan yang tepat agar dapat menarik minat publik dalam melakukan kegiatan simpan pinjam di lembaga tersebut. Untuk mendapatkan anggota yang loyal, lembaga perlu fokus membina hubungan baik dengan anggota. Karena melalui anggota yang loyal inilah dapat memberikan keuntungan jangka panjang terhadap lembaga tersebut (Thian, 2021).

Tujuan mendasar dari setiap perusahaan adalah mampu menciptakan pelanggan yang loyal. Menurut Don Pepers dan Martha Rogers (dalam Yulianti, 2019), menyatakan bahwa suatu bisnis disebut berhasil apabila dapat mendatangkan, mempertahankan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Untuk mempertahankan anggota, dibutuhkan kepercayaan dari anggota terhadap kualitas layanan sehingga citra perusahaan akan terbentuk dengan baik di mata anggota. Hal ini dikarenakan apabila Lembaga Keuangan Mikro (LKM) mampu menunjukkan keunggulan suatu layanan dengan kualitas

atau kuantitas yang cukup praktis dan mengesankan maka tentu selain membentuk citra perusahaan yang bagus di mata anggota, juga akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Jika kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan yang diterapkan berjalan dengan baik, maka selain akan memberikan keuntungan jangka panjang juga akan menjadikan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) sukses dan unggul dalam bersaing.

Salah satu Lembaga Keuangan Mikro berprinsip Syariah (LKMS) yang dapat menjaga eksistensinya di Kabupaten Pekalongan yaitu KSPPS Minna Lana Pekalongan. KSPPS Minna Lana Pekalongan merupakan lembaga koperasi simpan pinjam berprinsip syariah didirikan akhir tahun 2005 oleh Pangurus IPNU-IPPNU Kota dengan jumlah anggota awal sebanyak 22 orang. Berikut tabel data perkembangan jumlah anggota dari salah satu produk simpanan yang ada di KSPPS Minna Lana Pekalongan yaitu produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR).

Tabel 1.1

Data Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR)

No	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2018	336
2.	2019	1.047
3.	2020	1.382

Sumber: KSPPS Minna Lana Pekalongan

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam 3 tahun terakhir jumlah anggota pada produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS

Minna Lana Pekalongan tiap tahunnya mengalami peningkatan. Selain itu, dapat diketahui bahwa anggota pada produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) merupakan anggota loyal, karena tiap tahunnya tidak mengalami penurunan jumlah anggota. Walaupun jumlah anggota terus meningkat, tidak menjadikan KSPPS Minna Lana Pekalongan merasa puas dengan hasil tersebut. Melainkan selalu berusaha meningkatkan pelayanan sebagai upaya agar KSPPS Minna Lana Pekalongan lebih berkembang kedepannya.

Mowen dan Minor (dalam Haryanto, 2020) mendeskripsikan tentang kepercayaan konsumen sebagai segala informasi yang dimiliki konsumen dan juga segala pertimbangan konsumen terkait objek, simbol, dan manfaat. Pengalaman yang mampu menghasilkan sikap positif terhadap konsumen, dapat menciptakan kepercayaan. Pendapat Mowen dan Minor didukung oleh penelitian A'yunina (2020) dimana dari hasil penelitiannya yang dilakukan di dua tempat, ditemukan kesenjangan hasil penelitian pada variabel kepercayaan terhadap loyalitas. Pada BMT Istiqomah kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah pemberian *murabahah*. Dari uraian diatas, dapat dipahami bahwa kepercayaan mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Dimana dengan adanya pelayanan yang baik, integritas, kejujuran dan kemampuan lembaga dapat membuat para nasabah merasa yakin selama bertransaksi secara berulang. Sementara itu, hasil penelitian yang dilangsungkan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera, variabel kepercayaan secara signifikan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. Dari hasil penelitian dapat

diartikan bahwa walaupun nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi namun loyalitas nasabah belum tentu akan mengalami kenaikan juga.

Untuk mendapatkan anggota yang loyal dapat dilakukan dengan peningkatan maupun perbaikan kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman (dalam Adhari, 2021) menjelaskan bahwa karena inti dari produk yang dipasarkan adalah kinerja, maka kualitas pelayanan menjadi landasan dasar dalam pemasaran jasa (kualitas). Akibatnya, dengan penerapan konsep pelayanan yang baik akan memungkinkan perusahaan dalam bersaing untuk menarik konsumen dan melalui kinerja pelayanan yang baik (berkualitas) akan mampu meyakinkan pelanggan.

Pernyataan diatas, didukung oleh penelitian Suranto (2017). Berdasarkan hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah di BMT Kube Sejahtera Surakarta. Kondisi tersebut menegaskan bahwa semakin baik layanan yang dihasilkan, maka dapat memperkuat loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian dari Fitrlia (2019), berdasarkan hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Amanah Ummah Surabaya. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT dinilai rendah dan karyawan tidak fokus terhadap kebutuhan anggota BMT.

Citra perusahaan diartikan sebagai kesan yang diperoleh seseorang atau masyarakat tentang perusahaan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dialami berdasarkan pertimbangan pengambilan keputusan (Haryanto, 2020). Dengan membentuk citra baik dimata pelanggan, maka dapat meningkatkan

loyalitasnya terhadap perusahaan. Seperti pada penelitian Abadi (2017), citra perusahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas. Kondisi ini membuktikan bahwa dengan membentuk citra perusahaan yang positif, maka dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian Jamaan (2016), variabel citra perusahaan tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap variabel loyalitas nasabah. Citra perusahaan yang telah tercipta tidak langsung berpengaruh dan menjadikan nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan, tetapi dibutuhkan peran variabel perantara atau mediasi.

Berdasarkan konteks fakta di lapangan dan kesenjangan penelitian pada penelitian sebelumnya, maka penulis terdorong untuk menetapkan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota Produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang perlu dikemukakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan?

3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan?
4. Apakah kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dimaksudkan untuk membangun pemahaman dan pandangan tentang bentuk pengelolaan lembaga KSPPS Minna Lana Pekalongan dalam memberikan pelayanan yang berdampak pada loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR).

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, bagi KSPPS Minna Lana Pekalongan penelitian ini dimaksudkan agar dapat dimanfaatkan sebagai usulan/ saran yang berkenaan dengan pengelolaan dan peningkatan kinerja yang lebih baik khususnya dalam praktik pelayanan terhadap anggota.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan berkenaan dengan pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap Loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan dengan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
2. Variabel kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
3. Variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.
4. Variabel kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR) di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat sejumlah keterbatasan pada penelitian ini berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, diantaranya sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan. Oleh karena itu, masih banyak elemen lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Keterbatasan waktu dan kemampuan responden dalam memahami pertanyaan kuesioner. Hal ini dikarenakan responden terburu-buru untuk melakukan aktivitas lain sehingga bisa menyebabkan kekeliruan saat mengisi kuesioner.
3. Responden dalam penelitian ini merupakan anggota yang terdaftar dalam produk Simpanan Sembako Hari Raya (SIKOHAR), sehingga hasilnya belum cukup mewakili perilaku loyal anggota KSPPS Minna Lana Pekalongan secara keseluruhan.

C. Saran

Terdapat beberapa saran untuk penelitian berikutnya dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dicapai, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Pihak KSPPS Minna Lana Pekalongan

Pihak KSPPS Minna Lana Pekalongan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikannya supaya anggota dapat merasa nyaman saat melakukan transaksi di KSPPS Minna Lana Pekalongan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dikarenakan hasil dari penelitian ini hanya 33,2% orang yang loyal, maka sangat penting untuk memasukkan variabel-variabel tambahan lain yang dapat mempengaruhi loyalitas dalam penelitian selanjutnya. Untuk objek penelitian juga dapat dikembangkan lagi pada lembaga keuangan syariah yang non mikro seperti BPRS, BSI dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* Dinar Amanu Tulungagung. *Skripsi*, IAIN Tulungagung.
- Achmad, R. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Koperasi BMT Maslahah KC Gondang Wetan Pasuruan). *Skripsi*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Qiara Media.
- Akbar, M. F. (2021). *Public Relations*. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Anggraeni, V. N. (2020). Pengaruh *Relationship Quality* (Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen) Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS Surya Utama Nusantara Majenang. *Skripsi*, IAIN Purwokerto.
- Astuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, (1) 1, 14-15.
- A'yunina, H. (2020). Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Murabahah (Studi Kasus di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera). *Skripsi*, IAIN Tulungagung.
- Bashori, W. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan : Otomatisasi dan Tata Kelola Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia .
- Busro, M. (2018). *Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fany, R. A. (2018). Pengaruh Peran Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Ummah Kabupaten Sumenep Madura. *Skripsi*, IAIN Surakarta.
- Fauziyah, S. (2019). Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Citra Perbankan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

- dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Firmansyah , A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk: Planning & Strategy*. Pasuruan: CV. Qiara Media.
- Fitrilia, A. (2019). Pengaruh *Service Quality* dan *Trust* Terhadap Loyalitas Anggota BMT Amanah Ummah Surabaya. *Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Quran Kuningan.
- Huda, M. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan dan Komunikasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Arjuna Purwosari- Pasuruan. *Jurnal Heritage*, (6) 1, 10-11.
- Ilmi, C. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. *Skripsi*, IAIN Pekalongan.
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismail, F. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Jamaan, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri). *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kismanurjannah, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Anggota Tabungan Umum Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. *Skripsi*, IAIN Surakarta.

- Kusumawati, H. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*. *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Magala, K. B. (2018). *Managing Public Trust*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Meinarni, D. (2020). Pengaruh Keperyaan Nasabah, Penanganan Konflik Nasabah dan Komunikasi Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Martabak Mandiri Tegal. *Skripsi*, Universitas Pancasakti Tegal.
- Muchson, M. (2017). *Statistik Deskriptif*. Kediri: Spasi Media.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Window*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Musi, S. (2020). *Komunikasi dan Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Musvika, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel *Intervening* di BMT Hudatama Semarang. *Skripsi*, Universitas Negeri Semarang.
- Nawangsih, R. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Sulawesi: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Payadnya, I. P., & Jayantika, I. G. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Pratama, F. A. (2016). *Management Finance & Marketing*. Yogyakarta: K-Media.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Lebih Mudah dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Rinaldi, A. (2017). Pengaruh Kulitas Layanan Islami dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Serta Loyalitas Anggota pada BMT Al-Fath Ikmi. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saggaf, S., Said, M. M., & Saggaf, W. S. (2018). *Reformasi Pelayanan Publik di Negara Berkembang*. Makassar: CV. Sah Media.
- Sahir, S. H. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, L. K. (2019). Pengaruh Citra Produsen, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keputusan Menabung Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Bank Syariah Sragen Kantor Cabang Boyolali). *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Sulton, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Kolerasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan)*. Pemekasan: Duta Media Publishing.
- Sumaryam, A. (2021). Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga. *Skripsi*, IAIN Purwokerto.
- Surahman, d. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan.
- Suranto. (2017). Pengaruh Pengelolaan Dana, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Kube Sejahtera Surakarta. *Tesis*, IAIN Surakarta.
- Sutopo, Y. (2017). *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Thian, A. (2021). *Dasar-Dasar Perncaaan Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universtitas Katolik Indonesia.
- Yulianti, F. d. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press Printing.