

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, PELAYANAN PRIMA
DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *CUSTOMER*
RETENTION STUDI PADA KSPPS SM NU PEKALONGAN
CABANG WARUNGASEM**

SKRIPSI

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



Oleh:

KHIKMATUL KHASANAH

NIM 4217029

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

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, PELAYANAN PRIMA
DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *CUSTOMER*
RETENTION STUDI PADA KSPPS SM NU PEKALONGAN
CABANG WARUNGASEM**

SKRIPSI

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



Oleh:

KHIKMATUL KHASANAH

NIM 4217029

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

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **KHIKMATUL KHASANAH**

NIM : **4217029**

Judul : **PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, PELAYANAN
PRIMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
CUSTOMER RETENTION STUDI PADA KSPPS SM NU
PEKALONGAN CABANG WARUNGASEM**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Apabila terbukti melanggar penulis bersedia menerima sanksi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 19 Juli 2021
Yang menyatakan,



KHIKMATUL KHASANAH
NIM. 4217029

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. Khikmatul Khasanah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Khikmatul Khasanah

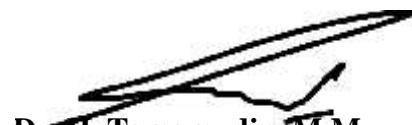
NIM : 4217029

Judul Skripsi : **Pengaruh Keunggulan Produk, Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Studi Pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum 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

Jl. Pahlawan, Rowolaku Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: febi.iainpekalongan.ac.id | Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan mengesahkan
Skripsi Saudara/i :

Nama : **Khikmatul Khasanah**
NIM : **4217029**
Judul Skripsi : **PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK,
PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION
STUDI PADA KSPPS SM NU PEKALONGAN
CABANG WARUNGASEM**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 05 Agustus 2021 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Muhammad Aris Saf'i, M.E.I.
NIP. 198510122015031004

Penguji II


Happy Sista Devy, M.M.
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 05 Agustus 2021

Disahkan oleh




Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, ibu Jayawati dan bapak Wardai yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, perhatian, dukungan baik secara moral ataupun materiil, dan doa-doamu yang tak pernah berhenti mengalir.
2. Keluargaku yang telah memberikan motivasi agar saya tetap kuat.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M. M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Khairul Anwar, SHI. selaku Kepala Cabang KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Untuk sahabat-sahabatku terutama Ollo Squad terimakasih telah membuat warna diperjalanan kuliahku dari semester awal sampai akhir ini.
6. Semua pihak yang yang mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Teman-teman seperjuangan semua, dari Perbankan Syariah angkatan 2017.
8. Seluruh Dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Seluruh responen penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

MOTTO

*“Ambillah Kebaikan Dari Apa Yang Dikatakan, Jangan Melihat
Siapa Yang Mengatakannya ”*

-Nabi Muhammad SAW

*“Fear is the path to the dark side. Fear leads to anger. Anger leads
to hate. Hate leads suffering”*

*(Ketakutan adalah jalan menuju sisi gelap. Ketakutan menyebabkan
kemarahan. Kemarahan mengarah pada kebencian. Kebencian menyebabkan
penderitaan)*

-Star Wars

ABSTRAK

Khikmatul Khasanah, Pengaruh Keunggulan Produk, Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Studi Pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.

Customer Retention adalah suatu tindakan dan kegiatan perusahaan dalam mengurangi jumlah *customer defection*. Tujuan dari *customer retention* adalah membantu perusahaan dalam mempertahankan jumlah pelanggan sebanyak mungkin. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk terhadap *customer retention*, untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap *customer retention*, dan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention*. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan sebaran kuesioner (angket) dengan responden sebanyak 96 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel keunggulan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention*. Secara parsial variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention*. Secara simultan variabel keunggulan produk, pelayanan prima dan etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention*.

Kata Kunci : Keunggulan Produk, Pelayanan Prima, Etika Bisnis Islam, dan *Customer Retention*.

ABSTRACT

Khikmatul Khasanah, The Influence of Product Excellence, Excellent Service, And Islamic Business Ethics On Customer Retention Study At KSPPS SM NU Pekalongan Warungasem Branch.

Customer Retention is an action and activity of the company in reducing the number of customer defection. The purpose of customer retention is to assist the company in maintaining as many customers as possible. The purpose of the research is to know the influence of product excellence on customer retention, to know the influence of excellent service on customer retention, to know the influence of Islamic business ethics on customer retention. The research includes a type of quantitative research. The method of data collection in this study was by spreading questionnaires with 96 respondents. The results showed that partially variable product excellence had no significant effect on customer retention. Partially variable excellent service and Islamic business ethics significantly affect customer retention. Simultaneously variable product excellence, excellent service and Islamic business ethics significantly affect customer retention.

Keywords : Product Excellence, Excellent Service, Islamic Business Ethics and Customer Retention.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keunggulan Produk, Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Studi Pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan.

Dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga 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 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
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 skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan mengarahkan dari awal kuliah.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah memberi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
8. Orang tua, keluarga, dan teman – teman Perbankan Syariah 2017 yang selalu mendukung dari awal penyusunan Skripsi.
9. Semua pihak yang ikut membantu penyusunan Skripsi ini yang tidak

dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis merasa masih banyak keterbatasan baik pada teknis penulisan maupun materi. Mengingat akan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassallammualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 19 Juli 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Khikmatul Khasanah".

Khikmatul Khasanah

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	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Keunggulan Produk	13
2. Pelayanan Prima	16
3. Etika Bisnis Islam.....	19
4. Customer Retention	26
B. Kajian Pustaka.....	28
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Pendekatan Penelitian	44
C. Setting Penelitian.....	45
D. Sumber Data.....	45
1. Data Primer.....	45
2. Data Skunder	45
E. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data	46
1. Instrumen Penelitian.....	46
2. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Variabel Penelitian	47
G. Definisi Operasional.....	48
H. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	51
I. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Instrumen.....	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	54

2. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolinearitas.....	54
c. Uji Linearitas	55
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4. Uji Hipotesis.....	56
a. Uji T.....	56
b. Uji F.....	56
c. Uji Determinasi R Square (R^2)	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Deskripsi Data.....	59
1. Deskripsi Data Penelitian	59
2. Karakteristik Responden	59
a. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
b. Berdasarkan Usia	60
c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
d. Berdasarkan Pekerjaan.....	62
e. 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 Linearitas	68
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4. Uji Hipotesis.....	73
a. Uji T.....	73
b. Uji F.....	74
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	75
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	76
1. Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Customer Retention.	76
2. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Customer Retention.....	79
3. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention ...	81
4. Pengaruh Keunggulan Produk (X1), Pelayanan Prima (X2) dan Etika Bisnis Islam (X3) Terhadap Customer Retention	82
BAB V PENUTUP.....	84
A. Simpulan.....	84
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuesioner	I
2. Lampiran 2 Tabulasi Data	VI
3. Lampiran 3 Output SPSS Validitas dan Reliabilitas	X
4. Lampiran 4 Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	XIV
5. Lampiran 5 Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	XVI
6. Lampiran 6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	XVII
7. Lampiran 7 Lembar Dokumentasi Penelitian.....	XVIII
8. Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	XX
9. Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian.....	XXI
10. Daftar Riwayat Hidup	XXII

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1978 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

1. Konsonan Tunggal

Fenom konsonan bahasa arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
بـ	ba'	B	Be
تـ	ta'	T	Te
ثـ	sa'	ś	s (dengan titik diatas)
جـ	Jim	J	Je
حـ	ha'	ħ	ha (dengan titik dibawah)
خـ	Kha	Kh	ka dan ha
دـ	Dal	D	De
ذـ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
رـ	ra'	R	Er
زـ	Z	Z	Zet

س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نَزَّلَ ditulis *nazzala*

بِهِنْ ditulis *bihinna*

3. Vokal Pendek

Fathah (o[˘]) ditulis a, *kasrah* (o[˘]) ditulis I, dan *dammah* (o[˘]) ditulis u.

4. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) diatasnya.

Contoh : a. Fathah + alif ditulis a, seperti ذَكَرٌ ditulis *alika*.

b. Kasrah + ya' mati ditulis I, seperti يَمِيزٌ ditulis *yamiza*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti يَمُوتٌ ditulis *yamutu*.

5. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزَّهِيلِيٰ ditulis *az-Zuhaili*.

b. Fathah + wawu ditulis au الدُّولَةٌ ditulis *ad-Daulah*.

6. Ta' Marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بِدَائِيَةِ الْهَدَىٰ ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

- a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti إِنْ ditulis *inna*.
- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambang apostrof (,), seperti شَيْءٌ ditulis *syai'un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vocalnya, seperti اللَّوْءُ ditulis *an-nau'*.

- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,), seperti تأخذون ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al, seperti الْبَقَرَه ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf ‘I’ diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النَّسَاءُ ditulis *an-Nisa'*.

9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti زوي الفرود : ditulis *zawi al-furudh* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Nasabah KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem, 5
Tabel 1.2	Data Produk di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem, 6
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu, 29
Tabel 3.1	Skala Likert, 46
Tabel 3.2	Definisi Operasional, 48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 61
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 62
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota, 63
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas, 64
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas, 66
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S), 67
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas, 68
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas Variabel Keunggulan Produk Terhadap <i>Customer Retention</i> , 69
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas Variabel Pelayanan Prima Terhadap <i>Customer Retention</i> , 70
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas Variabel Etika Bisnis Islam Terhadap <i>Customer Retention</i> , 70
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 71
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial T, 73
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan F, 75
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi, 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir, 39

Gambar 5.1 Proses Pengisian Kuesioner Oleh Responden, XVIII

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data, VI
- Lampiran 3 Output SPSS Validitas dan Reliabilitas, X
- Lampiran 4 Output SPSS Uji Asumsi Klasik, XIV
- Lampiran 5 Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda, XVI
- Lampiran 6 Output SPSS Uji Hipotesis, XVII
- Lampiran 7 Lembar Dokumentasi Penelitian, XVIII
- Lampiran 8 Surat Ijin Penelitian, XX
- Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian, XXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kecepatan pertumbuhan bidang usaha kini mewajibkan perusahaan untuk menanggapi perubahan yang terjadi, tidak terkecuali pada lembaga keuangan seperti Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan koperasi yang aktivitas bisnisnya mencakup simpanan, pinjaman, serta pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq, sedekah serta wakaf. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) termasuk Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang berjalan sesuai sistem syariah (Wardhani, 2019).

Salah satu problem sentral yang dihadapi adalah bagaimana cara menarik nasabah dan mempertahankan nasabah tersebut supaya tetap setia dan perusahaan dapat konstan berdiri serta semakin berkembang. Sebagaimana perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, KSPPS akan menggunakan kegiatan usahanya adalah sebagai agen perantara untuk sekelompok orang yang mempunyai kelebihan dan kekurangan dana. Usaha yang dilakukan KSPPS yaitu mengumpulkan aset dari anggota dan mengarahkannya kembali ke anggota lain yang membutuhkan.

Menjalin hubungan baik dengan semua nasabah tidak hanya dalam waktu pendek namun juga dalam waktu yang berkepanjangan. Nasabah bukan hanya merasa puas namun juga akan setia pada lembaga keuangan tersebut. Loyalitas

nasabah adalah salah satu kunci keberhasilan lembaga keuangan, dan loyalitas atau kesetiaan membutuhkan minat untuk mencapainya. Manfaat menentukan perhatian, minat, keinginan dan motivasi nasabah, sehingga mencapai loyalitas (Hikmawati, Sjahruddin, & Themba, 2016). Salah satu metode untuk menjaga nasabah atau membuat nasabah loyal adalah dengan cara memberikan layanan yang memuaskan para nasabah. Retensi pelanggan (*customer retention*) adalah metode pemasaran yang biasanya dipakai untuk menaikkan performa perusahaan. Mempertahankan nasabah tentunya dapat menghemat biaya, dibandingkan dengan mencari nasabah baru (Agung, 2016). Tingkat retensi pelanggan (*customer retention*) yaitu salah satu bagian dari loyalitas terkait perilaku, yang diukur menurut perilaku pembelian konsumen, frekuensi konsumen membeli produk/jasa sangat tinggi (Lestari, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT. BNI Syariah Cabang Palembang, 2017).

Untuk mempertahankan nasabah, perusahaan perlu bekerja keras untuk membangun loyalitas nasabah. Akan tetapi, perusahaan wajib memahami bahwa loyalitas saja belum cukup untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Meningkatkan keunggulan produk juga termasuk dalam upaya mempertahankan atau menjaga loyalitas nasabah, karena jika nasabah puas dengan produk yang digunakan maka tidak menutup kemungkinan nasabah akan menjadi loyal dan mungkin akan menarik orang lain untuk menjadi nasabah juga di perusahaan kita. Keunggulan produk adalah salah satu faktor yang membentuk nilai-nilai konsumen. Di mata pelanggan, nilai suatu produk

adalah mutu produk yang dirasakan pelanggan dengan mengorbankan uang atau sumber daya lainnya (Wibowo, 2009). Oleh karena itu KSPPS terus memelihara dan meningkatkan pelayanan serta meningkatkan kualitas atau keunggulan dari produk sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah.

Selain menjalin hubungan yang baik dengan nasabah supaya tetap loyal kepada perusahaan dengan meningkatkan kualitas atau keunggulan produk, tentunya sebagai suatu lembaga harus tetap menjaga kualitas pelayanan dalam hal ini diharapkan perusahaan dapat melakukan pelayanan prima terhadap para nasabah. Konsep pelayanan prima telah menjadi aspek yang paling penting dalam keberhasilan suatu lembaga, baik untuk lembaga profit ataupun lembaga non-profit. Sebab jika nasabah atau pelanggan menganggap kualitas pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka mereka tentu merasa puas, dan tentunya akan loyal dengan organisasi atau perusahaan tersebut.

Pelayanan yang berkualitas diawali dengan upaya para pebisnis untuk melakukan pelayanan terbaik sebagai wujud perusahaan yang diperhatikan oleh nasabah atau konsumen. Yang terpenting adalah perusahaan harus berpedoman pada kepentingan nasabah dan melakukan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga dapat memberikan kepuasan. Jika perusahaan dapat mengedepankan kompetensi, sikap, performa, perhatian, perilaku, dan tanggung jawab yang baik, maka akan mencapai layanan yang terbaik. Di dalam definisi layanan prima berhubungan dengan sikap simpati kepada nasabah, berusaha melayani nasabah dengan langkah terbaik dan bertujuan untuk memenuhi standar layanan tertentu (Setiawan, 2018).

Selain dari faktor-faktor di atas, terdapat faktor lain yaitu etika bisnis. Di era modern saat ini, untuk menghadapi kompetisi dan menciptakan kompetisi bisnis yang kondusif dikenal istilah etika bisnis. Etika bisnis diterapkan guna mengkondisikan kompetisi usaha supaya tidak menyimpang dari aturan yang berlaku. Etika bisnis juga bisa digunakan oleh pebisnis untuk memikirkan apakah akan mengganggu aktivitas bisnis para pelaku bisnis lainnya saat melakukan kegiatan bisnisnya. Etika bisnis Islam yakni perpaduan bisnis antara nilai moral dan nilai agama (religius). Dalam etika bisnis Islam terkandung sejumlah konsep yang dapat dijadikan rujukan untuk menjalankan bisnis, menurut syariat Islam yakni keseimbangan atau dalam sastra dikenal dengan keadilan ('*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), serta kebenaran (Rosyadi, 2012).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) SM NU Pekalongan Cabang Warungasem merupakan cabang dari KSPPS SM NU Pekalongan, didirikan pada tanggal 20 Juni 2010 yang berlokasi di Jalan Raya Gapuro No.7 Warungasem Batang berdasarkan kerjasama antara Pengurus Koperasi *Nahdatul Tujjar* Kota Pekalongan dengan MWC NU Warungasem (Ardalepa, 2019). Perkembangan KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem selama 10 tahun berjalan dengan lancar, terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya. Berikut adalah tabel peningkatan jumlah nasabah KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem selama tiga tahun terakhir (Anwar, 2021).

Tabel 1.1**Data Jumlah Nasabah KSPPS SM NU Pekalongan Cabang****Warungasem**

No	Tahun	Jumlah
1.	2018	1.730
2.	2019	1.970
3.	2020	2.150

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa setiap tahunnya KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem mengalami peningkatan jumlah nasabah. Mengacu pada hal tersebut, penulis ingin menganalisis dan menilai apakah *customer retention* dapat diterapkan pada lembaga KSPSS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem, agar kedepannya tidak hanya mendapatkan keuntungan yang lebih tetapi juga agar nasabah tetap loyal.

KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem memiliki produk penghimpunan dan (funding) dan produk penyaluran dana (lending). Diantaranya seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.2**Data Produk di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem**

Produk Penghimpunan Dana (<i>Funding</i>)	Produk Penyaluran Dana (<i>Landing</i>)
SIGUN (Simpanan Serbaguna)	Pembiasaan Modal Kerja
Simpanan Haji dan Umrah	Pembiasaan Investasi
SIKURNIA (Simpanan Kurban Sunnah Idul Adha)	
SIHARFI (Simpanan Hari Raya Idul Fitri)	
SIDIA (Simpanan Wadiah Berhadiah) Plus	
SANTIKA (Simpanan Multiguna Berjangka)	Pembiasaan Konsumtif
Simpanan Wadiah Berjangka (Deposito)	
SIQOHWAL (Simpanan Aqiqah dan Walimah)	
SIDIK (Simpanan Pendidikan)	
Simpanan Wisata Religi	

Dari data di atas, dapat dijumpai berbagai produk yang disediakan KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem yang tentunya setiap produk memiliki keunggulan tersendiri, dan tentunya KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem harus memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan produk yang disediakan lembaga keuangan lainnya.

Melalui pelanggan atau nasabah yang loyal bisa dipastikan perusahaan akan memperoleh nasabah baru. Sebab salah satu kriteria nasabah loyal akan menyarankan perusahaan terkait kepada orang lain. Oleh karena itu, seorang nasabah loyal akan menjadi aset berharga bagi perusahaan. Mengacu pada hal-hal di atas, maka penulis ingin menganalisis dan menilai apakah keunggulan produk, pelayanan prima, dan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti tertarik mengadakan penitian dengan judul “Pengaruh Keunggulan Produk, Pelayanan Prima, Dan Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Studi Pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh keunggulan produk terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan prima terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem?

3. Apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem?
4. Apakah ada pengaruh variabel keunggulan produk, pelayanan prima, dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.
3. Untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.
4. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk, pelayanan prima, dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dedikasi bagi ilmu pengetahuan dan menjadi sumber informasi maupun rujukan bagi

peneliti lain yang tertarik untuk penelitian lebih lanjut, terutama dalam hal memutuskan untuk menggunakan jasa KSPP Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal penulisan, menambah wawasan dan pengalaman, sekaligus memperoleh pengetahuan yang lebih mengenai masalah yang diteliti.

b. Bagi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem

Penelitian ini bisa dipakai untuk referensi dan bahan pertimbangan bagi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem untuk merumuskan kebijakan dan mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas, laba, dan jumlah nasabah.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan para pembaca mampu mengetahui seberapa besar pengaruh keunggulan produk, pelayanan prima, dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* studi pada KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem dan menambah wawasan mereka khususnya di bidang strategi pemasaran mengenai keunggulan produk, pelayanan prima dan penerapan etika bisnis Islam terhadap perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan pada penelitian ini, terkait dengan pengaruh keunggulan produk, pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem, maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel keunggulan produk secara parsial tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. Hal ini didasarkan dari hasil uji t dengan nilai sig sebesar 0,055 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,055 > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,942 < 1,984$, artinya H_01 diterima dan H_{a1} ditolak.
2. Hasil pengujian secara parsial variabel pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. Hal ini didasarkan dari hasil uji t dengan nilai sig sebesar 0,015 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,015 < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,486 > 1,984$ yang berarti H_02 ditolak dan H_{a2} diterima.
3. Secara parsial variabel etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem yang bisa dilihat dari hasil uji t dengan perolehan nilai sig sebesar 0,000 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,000 < 0,05$

atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,842 > 1,984$, artinya H_03 ditolak dan H_a3 diterima.

4. Variabel keunggulan produk, pelayanan prima dan etika bisnis Islam berdasarkan uji simultan berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. Hal ini didasarkan hasil dari uji f dengan tingkat sig $< 0,05$ yakni $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $205,670 > 2,70$.

B. Keterbatasan Penelitian

Sekalipun penelitian ini telah disusun, direncanakan serta dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi masih dijumpai beberapa keterbatasan yakni sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya keunggulan produk, pelayanan prima dan etika bisnis Islam yang diteliti. Maka dari itu, segala aspek yang memiliki relasi terhadap *customer retention* di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem tidak diteliti.
2. Objek atau tempat yang dijadikan penelitian hanya mengambil pada satu unit yaitu KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. Sehingga hal tersebut masih kurang mewakili dalam *customer retention*.
3. Data yang didapat adalah hasil dari sebaran kuesioner yang diberikan secara langsung ke responden sekaligus tanya jawab dan hanya responden yang terdaftar sebagai anggota KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem yang dapat mengisinya.

C. Saran

Berdasarkan dari hasil yang sudah dipaparkan, maka terdapat saran yakni sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Keuangan
 - a. Sehubungan dengan hasil penelitian, sebaiknya KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem meningkatkan peran etika bisnis Islam melalui kepercayaan, kejujuran dan keadilan antara pihak KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem dengan anggota.
 - b. Sehubungan dengan hasil penelitian, sebaiknya KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem meningkatkan pelayanan prima melalui pelayanan yang cepat dan tanggap, menjaga kesopanan, mencari solusi yang tepat bagi anggota, dan feedback dari anggota.
 - c. Sehubungan dengan hasil penelitian, sebaiknya KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem meningkatkan keunggulan produk melalui strategi pemasaran yang tepat agar dapat mencapai target market yang sesuai.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketika melakukan penelitian yang sejenis perlu menambahkan variabel lain selain empat variabel yang terdapat pada penelitian ini dan diharapkan bisa ditambahkan pula jumlah sampelnya. Kemudian untuk objek penelitian bisa dikembangkan lagi di lembaga keuangan syariah lainnya seperti Bank Syariah, BPRS dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnin, R. J., Lubis, N., & Widayanto. (2013). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3), 36-43.
- Afifah, A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang). *Skripsi*. UIN Raden Fatah: Palembang.
- Agung, D. T. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar. *Skripsi*. IAIN Tulungagung.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Instrumen Pengumpulan Data. *Jurnal*, 1-20.
- Anindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua. *Jurnal At-Tawassuth*, 2(2).
- Anonim. (2013, Mei 21). *One Click Science*. Retrieved Februari 25, 2020, from Rudtsoneclick Blogspot: <http://www.rudtstoneclick.blogspot.com>.
- Anwar, K. (2021, Maret 10). Data Jumlah Nasabah KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Warungasem. (K. Khasanah, Interviewer).
- Ardalepa, D. D. (2019). Analisis Diversifikasi Produk Melalui Produk Simpanan Kurban Sunnah Idul Adha (Studi Kasus Produk di KSPPS SM NU Cabang Warungasem Batang). *Tugas Akhir*. IAIN Pekalongan.
- Ariyani, F. (2008). Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk. *Tesis*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Artana, I. J., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. Y. (2021). Penerapan E-Commerce, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Customer Retention Di Pizza Hut Delivery Pada Kawasan Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(2), 119-134.
- Azizah, K. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Customer Retention Di Bank Wakaf Mikro Butet Pesantren Cirebon. *Skripsi*. Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2015). *Electronic Data Processing*. Yogyakarta: Danisa Media.

- Budiati, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Switching Terhadap Retensi Pelanggan Pada PT Bina Artha Venture Cabang Kebumen. *Skripsi*. STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Dewi, C. I., & Sudiartha, I. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4539-4569.
- Fatmawati, R., & Handayani, J. (2019, Juli 1). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 1-18.
- Hidayat, A. (2017, Juni 02). *Teknik Sampling Dalam Penelitian*. Retrieved Maret 29, 2021, from statistikian.com: <http://www.statistikian.com>.
- Hidayat, S. (2013). Penerapan Akuntansi Syariah Pada BMT Lisa Sejahtera Jepara. *Jurnal*, 10(8).
- Hikmawati, Sjahruddin, H., & Themba, O. S. (2016). Loyalitas Nasabah Tabungan: Peran Nilai dan Kualitas Hubungan. *Jurnal*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar: Bongaya.
- Ikhsan, A., & Haridhi, M. (2017). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Syariah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Pada Baitul Qirad Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 2(3).
- Isnadi, D. (2005). Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Tesis*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Janah, L. M. (2014). Hubungan Antar Variabel: Tabel Silang. *Modul*.
- Jubaedi, Sobari, A., & Gustiawati, S. (2018). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas IBN Khaldun Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 151-172.
- Juliyanah, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ulumul Qura*, 7(1).
- Kontu, O., Mekel, P., & Moniharpon, S. (2015). Pengaruh Pendidikan, Kemampuan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Sosial Kota Manado. *Jurnal Emba*, 3(1).

- Lay, N. Y., Listiana, E., & Heriyadi. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality, Personal Selling Dan Complain Handling Melalui Satisfaction Serta Trust Terhadap Customer Retention (Survei Nasabah Tabungan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 132-148.
- Lestari, V. I. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT. BNI Syariah Cabang Palembang. *Tugas Akhir*. UIN Raden Fatah: Palembang.
- Mitra, D. A. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung. *Skripsi*. UIN Raden Intan: Lampung.
- Panjaitan, B. O., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Retensi Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 166-172.
- Permata, R. C. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang. *Skripsi*. UIN Raden Fatah: Palembang.
- Pratiwi, R. (2020). Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Retensi Pelanggan Pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru. *Skripsi*. UIN Sultan Syarif Kasim: Riau.
- Putra, A. M., & Fernos, J. (2013). Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Di PT. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman. *Jurnal*.
- Rachman, S. N. (2006). Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Reputasi Perusahaan Dan Asosiasi Merek Terhadap Kesuksesan Produk Baru Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Raharjo, S. (2019, Maret 1). Retrieved Januari 1, 2020, from SPSS Indonesia: <http://www.spssindonesia.com>.
- Rochmawati, T. (2015). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Retention (Retensi Pelanggan) Pada Wardah Beauty House Yogyakarta. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Rosyadi, M. F. (2012). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah). *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta.

- Setiawan, F. N. (2018). Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Disiplin Kerja Terhadap Loyalitas Anggota Di Kopsyah BTM "Surya Dana" Campudarat Tulungagung. *Skripsi*. IAIN Tulungagung.
- Silalahi, R. S. (2012). Analisis Penerapan PSAK 101 Pada Laporan Keuangan Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Rumbai - Pekanbaru. *Skripsi*. UIN Sultan Syarif Kasim: Riau.
- Silvia, F. (2018). Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II. *Skripsi*. Universitas Negeri Makassar.
- Sugiono. (2006). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaji, A. W. (2015). Pengaruh Kemampuan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal*.
- Triswanto, H., & Triyanto. (2016). Pengaruh Pendidikan, Motivasi Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Asset Daerah Kabupaten Grobogan. *Jurnal Stie Semarang*, 8(3).
- Unaradjan, D. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif. *Jurnal*.
- Wardhani, C. A. (2019). Peran Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung). *Skripsi*. UIN Raden Intan: Lampung.
- Werdaningrum, A. G., & Ardiyanto, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih Dan Kepercayaan Merek Terhadap Retensi Pelanggan Wardah Kosmetik Di Kabupaten Klaten. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 17(2), 394-402.
- Wibowo, S. (2009). Analisis Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Pasca Huni Terhadap Kepuasan Penghuni Rumah. *Tesis*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Winarwan, R. (2018, November 03). *Pengertian Penelitian Lapangan*. Retrieved Maret 29, 2021, from rahmatwinarwan92.blogspot.com: <http://rahmatwinarwan92.blogspot.com>.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Berganda. *Modul*, 1-15.

Yunus, M. (2015). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal). *Skripsi*. UIN Walisongo: Semarang.