

**PENERAPAN KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS ANGGOTA
(Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang)**

SKRIPSI

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



Oleh :

AMALIA UTAMI

NIM : 4218083

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**PENERAPAN KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS ANGGOTA
(Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang)**

SKRIPSI

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



Oleh :

AMALIA UTAMI

NIM : 4218083

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Utami

Nim : 4218083

Judul Skripsi : **Penerapan Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota (Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang)**

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

Pekalongan, 20 Oktober 2022

Yang Menyatakan,



Amalia Utami

NIM. 4218083

NOTA PEMBIMBING

Dr. Mansur Chadi M, M.M

Jl. Kambing RT 04 RW 02, Desa Trayeman, Kec. Slawi, Kab. Tegal

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Amalia Utami

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H.

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Amalia Utami

NIM : 4218083

Judul Skripsi : **Penerapan Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BMT Bahtera Cabang Batang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 20 Juni 2022

Pembimbing



Dr. Mansur Chadi M, M.M

19820527 201101 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

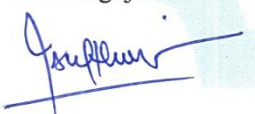
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Amalia Utami**
NIM : **4218083**
Judul : **Penerapan Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota (Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang)**

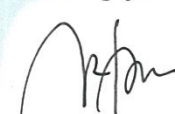
Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 27 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I


M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D.
NIP. 19750706 2008011016

Penguji II


Drajat Stiawan, M.S.I.
NIP. 198301182015031001



Dr. Hj. Sumiati Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

ABSTRAK

AMALIA UTAMI. Penerapan Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota (Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang).

Kualitas layanan merupakan faktor primer pada pencapaian taraf loyalitas anggota. Kualitas layanan serta loyalitas anggota memiliki keterkaitan, ikatan ini membuat perusahaan memahami kebutuhan dan harapan anggota. Selain berfokus pada pemahaman apa yang dibutuhkan anggota, kualitas produk adalah tujuan yang digunakan dalam menarik anggota ke dalam aktivitas pembelian berulang. Selain itu, perusahaan juga menerapkan strategi pemasaran berupa *corporate social responsibility* (csr) melalui program tanggung jawab sosial perusahaan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yakni anggota BMT Bahtera Cabang Batang. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *accidental sampling*, dimana teknik ini berdasarkan pada kebetulan sehingga siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sample.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh secara negatif terhadap Loyalitas Anggota. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Anggota. Secara parsial Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Anggota. Secara simultan Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Anggota.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, CSR, Loyalitas Anggota

ABSTRACT

AMALIA UTAMI, Application Service Quality, Product Quality, and Implementation Corporate Social Responsibility (CSR) In Improving Customer Loyalty (Case Study of BMT Bahtera Branch).

Service quality is a primary factor in achieving the level of loyalty are related, this bond makes the company understand the needs and expectations of members. In addition to focusing on understanding what members need, product quality is a goal used in attracting members into repeat buying activities. In addition, the company also implements a marketing strategy in the form of corporate social responsibility (csr) through a corporate social responsibility program.

The type of research used is field research, using a quantitative research approach. Sources of data in this research using primary data sources collected through questionnaires to 100 respondents, namely customers of BMT Bahtera Batang Branch. The data collection technique uses a technique is Accidental Sampling, where this technique is based on chance so that anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample.

The results of this research show that partially service quality has no significant effect on customer loyalty. Partially, product quality has a significant effect on customer loyalty. Partially, the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) has a significant and positive effect on Customer Loyalty. Simultaneously, Service Quality, Product Quality and Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) have a significant and positive effect on Customer Loyalty.

Keyword : Service Quality, Product Quality, CSR, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. Mansur Chadi M, M.M selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Hj Susminingsih, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik
7. M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D. dan Drajat Stiawan, M.Si selaku Penguji
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.

Pekalongan, 31 Oktober 2022



Amalia Utami

NIM. 4218083

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Sistematika Penulisan.....	7
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	8
B. Telaah Pustaka.....	19
C. Kerangka Berpikir	25
D. Hipotesis.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Pendekatan Penelitian	29
C. Setting Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Variabel Penelitian	31
F. Sumber Data.....	32
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
H. Metode Analisis Data	33

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Deskriptif Objek Penelitian	37
B. Gambaran Umum Responden	41
C. Analisis Data	44
D. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	55

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN TRANSLITERASI

**Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Menteri
Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543b/U/198**

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil putusan bersama Materi 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 di pandang belum di serap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata arab yang salah di serap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia. Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut :

Konsonan

Fonem 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 dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Vokal

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

Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	i	I
ُ	Dammah	u	U

Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...يْ	Fathah dan ya	ai	a dan u
أَ...وْ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ kataba

فَعَلَ fa`ala

سُئِلَ suila

كَيْفَ kaifa

حَوَّلَ haula

Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ى...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ qāla

رَمَى ramā

قِيلَ qīla

يَقُولُ yaqūlu

Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu :

Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang 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 "h".

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
طَلْحَة	talhah

Syaddah (Tasydid)

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

Contoh :

نَزَّلَ	nazzala
الْبِرُّ	al-birr

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh :

الرَّجُلُ ar-rajulu

الْقَلَمُ al-qalamu

الشَّمْسُ asy-syamsu

الْجَلَالُ al-jalālu

Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُ ta'khužu

شَيْءٌ syai'un

النَّوْءُ an-nau'u

إِنَّ inna

Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursāhā

Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ	Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ	Allaāhu gafūrun rahīm
لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrument	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.13 Hasil Uji T	53
Tabel 4.14 Hasil Uji F	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Penelitian

Lampiran 3 Gambaran Umum

Lampiran 4 Hasil Uji SPSS

Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 7 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Hadiwidjadja (2017) Institusi keuangan syariah, elemen ekonomi syariah yang sistem serta produknya berpedoman Al-Quran dan As-Sunnah. BMT ialah institusi keuangan non bank yang dibutuhkan oleh usaha kecil disektor riil. BMT sesuai dengan namanya memiliki dua fungsi utama, yakni menghimpun dan menyalurkan dana non-margin seperti zakat, infaq dan sedekah serta menghimpun dan menyalurkan dana profitabel, jadi BMT memiliki peran dalam sosial sekaligus komersial. Dewasa ini perkembangan industri keuangan syariah tidak kalah pesat dengan perkembangan disektor lain, seperti yang dikemukakan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) tahun 2019 terdapat 4.500 unit BMT yang terdata (KNEKS, 2019).

Perkembangan BMT yang progresif di Indonesia tidak terlepas dari sebagian besar masyarakat kelas menengah ke bawah. Dari sekitar 265 juta penduduk 40% berada di kelas menengah, 20% berada di kelas bawah dan sekitar 25,67 juta berada dalam kelompok miskin atau 9,66% dari total penduduk. Berdasarkan angka-angka tersebut, yaitu melalui optimalisasi dana sosial islam kita perlu mengembangkan ekonomi nasional yang cocok untuk sebagian besar masyarakat. Hal ini akan relevan dengan keberadaan BMT dan diterima oleh masyarakat Indonesia (KNEKS, 2019).

Dalam menjalankan sistem operasionalnya BMT membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia yang memiliki potensi memadai. Persaingan ketat serta kuat mendorong lembaga keuangan syariah menciptakan ide yang bisa memberikan kepuasan dengan harapan anggota loyal kepada perusahaan. Memberikan layanan baik penting karena hal tersebut termasuk strategi memenangkan persaingan bisnis (Permana & Adhiem, 2019).

Kualitas pelayanan merupakan faktor primer pada pencapaian taraf kepuasan anggota. Kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan pemenuhan harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui jika pelayanan yang didapat sesuai dengan keinginan konsumen, jika pelayanan yang didapat diterima maka konsumen akan puas dan bila pelayanan yang ditujukan kurang baik akan menimbulkan kekecewaan, artinya pelayanan mempunyai andil dan peran terhadap kinerja usaha (A. A. Astuti, 2020).

Menurut Oktaviani (2020) Oktavianti (2020) Kualitas layanan serta kepuasan anggota memiliki keterkaitan, ikatan ini membuat perusahaan memahami kebutuhan dan harapan anggota mereka, sehingga perusahaan bisa menyukupi kepuasan anggota. Selain berfokus pada pemahaman apa yang dibutuhkan anggota, kualitas produk adalah tujuan yang digunakan dalam menarik anggota ke dalam aktivitas pembelian berulang. Hal ini membuat perusahaan dituntut untuk membuat inovasi dengan kualitas yang baik agar dapat memenuhi anggota. Produk dengan kualitas baik

ialah sebuah produk yang menguntungkan atau memiliki benefit bagi anggota.

Menurut Philip Kotler (2009) dalam Oktavianti (2020) kualitas produk ialah karakteristik suatu produk dan jasa yang digunakan dalam mencukupi keperluan tertentu. Pada hakikatnya produk dan jasa yang disediakan masing-masing lembaga relatif sama, namun hal membedakan hanyalah perusahaan bisa memberikan layanan yang lebih baik dibandingkan perusahaan pesaing. Kualitas produk dan jasa sebuah perusahaan bisa mempengaruhi citra perusahaan dari sudut pandang anggota. Anggota memberikan respon yang baik ketika mereka merasa kebutuhannya terpenuhi, kemudian citra perusahaan yang baik dapat membuat perusahaan memenangkan persaingan.

Menurut Kotler & Keller (2007) dalam Fauzah (2019) kunci untuk mendapat keunggulan kompetitif dalam bersaing yang tinggi ialah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas anggota. Loyalitas bisa disimpulkan kesetiaan seseorang dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan. Loyalitas anggota merupakan kunci utama untuk menjalin hubungan harmonis antara perusahaan dan anggotanya. Selain kualitas layanan dan kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas anggota, perusahaan menerapkan strategi pemasaran berupa *corporate social responsibility* (csr) melalui program tanggungjawab sosial perusahaan. Masyarakat sekitar perusahaan ialah salah satu perangkat penting atau *stakeholder* karena kelangsungan

operasional perusahaan memerlukan dukungan dari masyarakat sekitar (Alfiyani, 2021).

Melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki sejumlah manfaat bagi dunia usaha, salah satunya adalah mendapatkan izin sosial perusahaan. Program CSR yang dilaksanakan BMT Bahtera Cabang Batang ini menciptakan keserasian dan persepsi positif masyarakat, karena masyarakat memperoleh manfaat dari keberadaan usaha (Armanda, 2017).

Beberapa program sosial BMT Bahtera Cabang Batang, yaitu MPU (Mobil Peduli Umat), Program Mukena Bersih, Program Donor Darah, Program Beasiswa Bahtera, Santunan dan Buka Bersama Anak Yatim, Bahtera Berbagi, Bantuan Khitan Massal, Kajian Rutin “Siswa Binaan Bahtera”, Baksos, Bazar dan lain sebagainya. Kegiatan sosial dilaksanakan menyesuaikan program yang dilaksanakan, seperti Bahtera Berbagi biasanya dilaksanakan ketika terjadi musibah banjir, tanah longsor gempa bumi. Program Beasiswa Bahtera dilaksanakan setiap bulan sekali, sedangkan program Santunan dan Buka Bersama Anak Yatim dilaksanakan satu tahun sekali saat bulan ramadhan. (KJKS BMT Bahtera, n.d.).

Berdasarkan persoalan diatas, penelitian ini layak diteliti dan dikaji lebih dalam untuk ditulis Skripsi “Penerapan Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam

Meningkatkan Loyalitas Anggota (Studi Kasus BMT Bahtera Cabang Batang)''.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota BMT Bahtera Cabang Batang ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota BMT Bahtera Cabang Batang ?
3. Apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota BMT Bahtera Cabang Batang ?
4. Apakah Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota BMT Bahtera Cabang Batang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang
2. Menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang
3. Menganalisis pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang
4. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang

Pada penelitian ini, manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini seharusnya menjadi tambahan ilmu baik umum maupun ilmu ekonomi yang terkenal dengan penerapan kualitas layanan, kualitas produk dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (csr) terhadap loyalitas anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang. Selain itu, hasil penelitian ini harus menambah informasi ilmiah yang dapat digunakan sebagai referensi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Mengetahui penerapan kualitas layanan, kualitas produk dan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada BMT Bahtera Cabang Batang.

b. Bagi BMT Bahtera Cabang Batang

Untuk BMT Bahtera Cabang Batang hasil penelitian ini akan digunakan untuk kontribusi dan rekomendasi.

c. Bagi Akademisi

Sebagai referensi bagi mahasiswa untuk melengkapi informasi dan dokumen bagi peneliti di bidang lembaga keuangan syariah, terutama penerapan kualitas layanan, kualitas produk dan kinerja tanggung jawab, tanggung jawab sosial perusahaan dalam loyalitas pelanggan dan karenanya perbaikan di bidang yang sama.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan yang singkat atau padat terkait dengan hal yang nantinya dibahas dengan sistematis. Pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab yang memiliki subbab dengan klasifikasi dibawah ini :

Bab I Pendahuluan merupakan bab yang berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, menguraikan beberapa teori terkait permasalahan yang diteliti penulis, seperti menguraikan beberapa teori, seperti teori kualitas pelayanan, teori tentang kualitas produk, teori tentang implementasi tanggung jawab sosial, dan teori tentang BMT atau *Baitul Maal wat Tamwil*.

Bab III Metode penelitian membahas tentang jenis serta pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV analisis data dan pembahasan terdapat beberapa kajian data yang dilaksanakan sesuai ulasan yang dikaji penulis, analisa datadan pembahasan diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan hasil kuesioner.

Bab V Penutup, pada penelitian ini terdapat bagian akhir yaitu penutupan yang berisi kesimpulan, saran-saran dan penutup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan loyalitas anggota (Y) pada BMT Bahtera Cabang Batang. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan belum tentu menjamin dapat meningkatkan loyalitas anggota.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas anggota (Y) pada BMT Bahtera Cabang Batang. Hal ini mengindikasikan bahwa produk yang ditawarkan perusahaan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan anggotanya, sehingga semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas anggotanya.
3. Implementasi CSR (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y) terhadap BMT Bahtera Cabang Batang. Semakin sering kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial, semakin tinggi loyalitas anggota.
4. Kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan implementasi tanggung jawab sosial (CSR) (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan kesimpulan di atas, ada beberapa saran dari peneliti kepada berbagai pemangku kepentingan.

1. Bagi KSPPS BMT Cabang Bahtera Batang, penelitian ini akan menjadi rekomendasi untuk mengevaluasi pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk meningkatkan kualitas layanan, kualitas produk dan loyalitas anggota yang diharapkan.
2. Mengkaji variabel-variabel lain selain kualitas pelayanan, kualitas produk dan praktik corporate social responsibility (CSR) bagi peneliti selanjutnya untuk mempengaruhi peningkatan atau anggota pada BMT Bahtera Cabang Batang diharapkan dapat menentukan variabel-variabel yang memberikan .

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Implementasi Corporate Social Responnsibility (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Anggreani, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37.
- Armada, Y. (2017). Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility Dalam Membentuk Brand Image dan Dampaknya Pada Minat Beli (Survei pada Program CSR PT. Inti Daya Guna Aneka Warna di Kampung Jodipan Kota Malang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53.
- Astuti, A. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Keputusan Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Astuti, Y. (2018). Pengaruh Kuliatas Layanan, Penerapan Prinsip-prinsip syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.
- Dewi, D. A. N. N. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*. Universitas Diponegoro.
- Fauzah, S. (2019). *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responcibility (CSR), Citra Perbankan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Ungaran)*. IAIN Salatiga.
- Hadiwidjadja, R. D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10.
- Hurriyati, R. (2016). Pengaruh Kinerja Brand Equity dan Trust Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Of Bussines Management and Entrepreneurship Education*, 17.
- Indah K, A. T., & Hikmah, D. F. (2021). Implementasi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Pada PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. *Jurnal Akrab Juara*, 6.
- Indiani, N. L. P., Yasa, I. P. N. S., & Sitiari, N. W. (2016). Peran Kualitas Layanan dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3.
- Ismanto, K. (2015). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi BMT/BMT di Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 9.
- Kartika, cici lia, Natassia, R., & Sari, mareta kemala. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai Merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- KJKS BMT Bahtera. (n.d.).
- Mashuri. (2016). Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5.
- Masrunik, E., Wahyudi, A., Khoirianto, R., & Wulandari, R. (2021).

- Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Darussalam Wates. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8.
- Novita, Sunuharjo, B. S., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34.
- Oktavianti, D., Hairul, & Alfisah, E. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Di Koperasi Karyawan Pedami Banjarmasin* [Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari]. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/1716>
- Pasila, N. S., & dkk. (2022). Implementation of Perisakti Program CSR Strategy PT. Pertamina EP Tanjung Field. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2.
- Permana, S. H., & Adhiem, M. A. (2019). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Bidang Publik*, 24.
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *Jurnal Manajemen Unud*, 5.
- Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). implementasi corporate social responsibility (csr) dalam perspektif syariah enterprice theory. *Jurnal Stiedewantara*, 13.
- Rabiula, S., Fatimah, K. Van, & Sugiyanto. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Permata Tbk.*
- Raditya, D. (2020). *Mengenal Filantropi Sosial*. Fisipol Ugm.
- Rani, I. H., & Mayasari, M. (2015). Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15.
- Sopian, A. (2019). Manajemen Sarana dan Prasarana. *Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 4.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sunarto, A. (2020). Kinerja Karyawan Berbasis Kepemimpinan Dan Motivasi Pada Pt. Duta Jaya Putra Paersada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia*, 3.
- Syariah, K. N. E. dan K. (2019). *Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Knks.Go.Id.
- Syuhada, & Ana Fitria, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur (Studi Kasus pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan). *Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4*.
- Syukerti, N., Ningsih, I. N. D. K., & Evanne, L. (2022). Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bara Prima Pratama Di Desa Batu Ampar Indragiri

- Hilir Riau. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9.
- Wahyudi, N. (2022). *Peran BMT Dalam Pemberdayaan Ekonomi Melalui Pembiayaan Murabahah Anggota Koperasi Syariah Pada BMT Berkah Mandiri*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Wahyuni, N. T., Nadra, U., & Mayaputra, M. U. (2021). Promosi dan Kualitas Pelayanan Serta Trust Terhadap Pengambilan Keputusan Di Koperasi Syariah BMT Berkah Sejahtera. *Jurnal Bonanza, Volume 1*.
- Yam, J. H., & Taufik, H. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10. <https://doi.org/10.18326/infsl3>.
- Yuliana, Y. (2017). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Fakultas Ekonomi UMN Al Washliyah Medan T.A 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2.