

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS
LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN BAGI
HASIL TERHADAP LOYALITAS PADA ANGGOTA
PRODUK SIMPANAN HARI RAYA (SAHARA)
DI KSPPS BMT BAHTERA CABANG BATANG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RISKI AMELIA
NIM 40222157

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS
LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN BAGI
HASIL TERHADAP LOYALITAS PADA ANGGOTA
PRODUK SIMPANAN HARI RAYA (SAHARA)
DI KSPPS BMT BAHTERA CABANG BATANG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RISKI AMELIA
NIM. 40222157

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riski Amelia

NIM : 40222157

Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN BAGI HASIL TERHADAP LOYALITAS PADA ANGGOTA PRODUK SIMPANAN HARI RAYA (SAHARA) DI KSPPS BMT BAHTERA CABANG BATANG

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya tulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Riski Amelia

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Riski Amelia

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Progam Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Riski Amelia

Nim : 40222157

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Pada Anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) Di Kspps Bmt Bahtera Cabang Batang.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

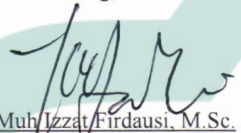
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas

Perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 11 Juni 2026

Pembimbing,



Muh Izzat Firdausi, M.Sc.

NIP. 199208162022031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

PENGESAHAN

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

Nama : Riski Amelia

NIM : 40222157

Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra
Perusahaan, Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Pada
Anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) Di
KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang

Dosen Pembimbing : Muh Izzat Firdausi, M.Sc.

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 07 Juli 2026 dan dinyatakan
LULUS, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Ali Amin Ismail, M.Ag
NIP. 197408122005011002


Mohammad Rosvada, M.M.
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 13 Juli 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Prof. A.M. Muchlis Ma'shum, M.Ag.
NIP. 097806162003121003

MOTTO

"Keberhasilan bukan milik mereka yang pintar, tetapi milik mereka yang tidak menyerah."

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mardiyanto dan Ibu Misrochah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan motivasi yang diberikan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi dan gelar unta Bapak dan Ibu tercinta.
2. Kepada Adik saya tercinta, Akbar Maulana M, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama ini. Dukungan tersebut menjadi salah satu motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Almater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Tempat berlabuh saya untuk menuntut ilmu dan menjadi mahasiswa seutuhnya, terimakasih untuk segala fasilitas dan kenyamanan yang diberikan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Muh Izzat Firdausi, M.Sc. terima kasih Bapak atas waktu, arahan, semangat, doa, dan nasihat yang Bapak berikan kepada saya dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik (DPA), Qurrota A'yun, M.H.I terima kasih telah memberi arahan dan motivasi kepada saya untuk kelancaran akademik.

6. Seluruh Dosen Pengampu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terima kasih atas segala ilmu dan motivasi yang diberikan untuk menyelesaikan studi ini, dan terima kasih kepada seluruh staff akademik program studi perbankan syariah yang telah membantu mengurus segala kebutuhan akademik saya.
7. Teruntuk Gosmadku Maya Ari Sofiana terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga. Karya ini saya persembahkan sebagai ungkapan terima kasih atas segala perhatian dan dukungan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Teruntuk teman seperjuangan Happy Maharani , Vivi Amelia , Lailatus Sa'idah dan Lyana Zahro terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmu yang dijalani selama perkuliahan. Terimakasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Semoga dipertemukan selalu dalam versi terbaik masing-masing kami.
9. Last but not least, anak perempuan pertama dan harapan orang tuanya, Riski Amelia, Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang berjuang tanpa henti. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski bekal-kali hampir menyerah karena kondisi. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Teruslah belajar mensyukuri nikmat yang Tuhan berikan. Tetap semangat untuk terus berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Amiin.

ABSTRAK

RISKI AMELIA. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Pada Anggota Produk Simpanan Hari Raya (Sahara) Di Kspps Bmt Bahtera Cabang Batang

Loyalitas anggota merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan lembaga keuangan syariah, karena anggota yang loyal cenderung tetap menggunakan produk dan merekomendasikannya kepada orang lain. Namun, jumlah anggota produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang mengalami penurunan pada tahun 2025 dibandingkan tahun sebelumnya, sehingga perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil, baik secara parsial maupun simultan, terhadap loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 87 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS Statistics 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Secara simultan, keempat variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,619, yang berarti bahwa 61,9% variasi loyalitas anggota dapat dijelaskan oleh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil, sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Bagi Hasil, Loyalitas Anggota.

ABSTRACT

RISKI AMELIA. *The Influence of Trust, Service Quality, Company Image, and Profit Sharing on Loyalty of Hari Raya Savings Product Members (Sahara) at KSPPS BMT Bahtera Batang Branch*

Member loyalty is a crucial factor in maintaining the sustainability of Islamic financial institutions, as loyal members tend to continue using the product and recommend it to others. However, the number of members of the Hari Raya Savings (SAHARA) product at the KSPPS BMT Bahtera Batang Branch decreased in 2025 compared to the previous year, necessitating a study of the factors influencing member loyalty. This study aims to analyze the influence of trust, service quality, company image, and profit sharing, both partially and simultaneously, on member loyalty to the Hari Raya Savings (SAHARA) product at the KSPPS BMT Bahtera Batang Branch.

This study employed a quantitative approach with field research. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 87 respondents. Data were obtained through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination tests using IBM SPSS Statistics 22.

The results indicate that partially, trust, service quality, company image, and profit sharing have a positive and significant effect on member loyalty. Simultaneously, these four variables also have a positive and significant effect on member loyalty. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.619, meaning that 61.9% of the variation in member loyalty can be explained by trust, service quality, company image, and profit sharing, while the remaining 38.1% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: Trust, Service Quality, Corporate Image, Profit Sharing, Member Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi 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 sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Progam Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Muh Izzat Firdausi, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang menyediakan waktu,tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Qurrota A'yun, M.H.I. selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).
7. Pihak KSPPS Bmt Bahtera Cabang Batang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

9. Teman - teman saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 11 Juni 2026



Riski Amelia

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan

Fonemkonsonan 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. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	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

B. Vokal

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

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ...ي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...أ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	<i>qāla</i>
رَمَى	Ditulis	<i>ramā</i>
قِيلَ	Ditulis	<i>qīla</i>
يَقُولُ	Ditulis	<i>yaqūlu</i>

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' Marbutah hidup

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Ditulis	<i>raudhatul athfal</i>
-----------------------	---------	-------------------------

2. Ta' Marbutah mati

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

Contoh:

طَلْحَةُ	Ditulis	<i>thalhah</i>
----------	---------	----------------

E. 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	Ditulis	<i>nazzala</i>
الْبِرُّ	Ditulis	<i>al-birru</i>

F. Kata Sandang

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

1. 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.

2. 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	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
الْقَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الْجَلَالُ	Ditulis	<i>al-jalālu</i>

G. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخُذُ	Ditulis	<i>ta'khuẓu</i>
سَيِّئٌ	Ditulis	<i>syai'un</i>
النَّوْءُ	Ditulis	<i>an-nau'u</i>
إِنَّ	Ditulis	<i>inna</i>

H. 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:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Ditulis	<i>Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn</i>
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Ditulis	<i>Bismillāhi majrehā wa mursāhā</i>

I. 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	Ditulis	<i>Alhamdu lillāhi rabbi al- `ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn</i>
الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ	Ditulis	<i>Ar-rahmānir rahīm/Ar- rahmān ar-rahīm</i>

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
لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Ditulis

Ditulis

Allaāhu gafūrun rahīm

*Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-
amrujamī`an*

J. 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 ISI

COVER SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sitematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka.....	22
C. Kerangka Berfikir.....	33
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Pendekatan Penelitian.....	38
C. Variabel Penelitian	40

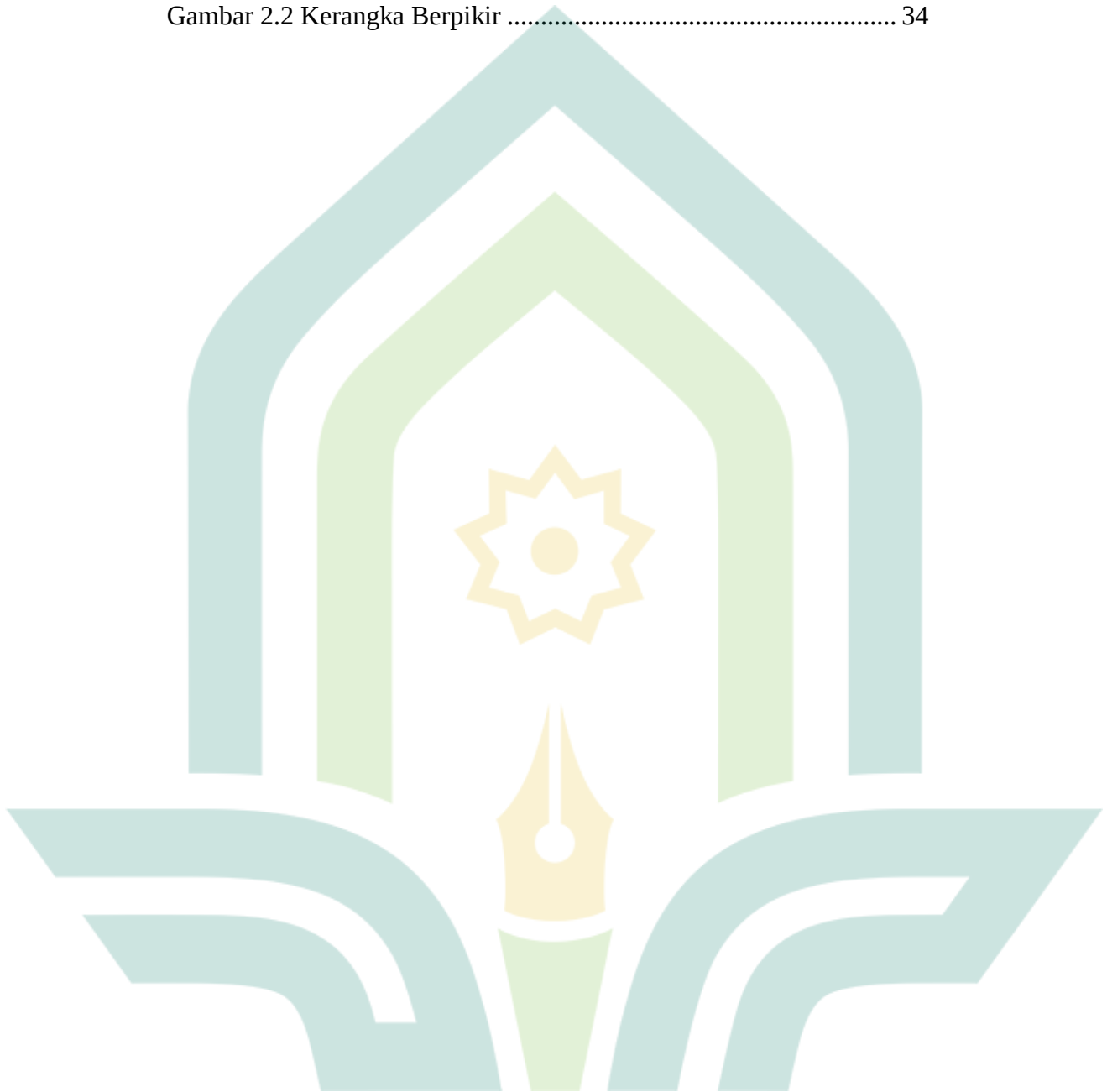
D. Definisi Operasional Variabel	41
E. Sumber Data	45
F. Metode Pengumpulan data	45
G. Metode analisis data	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Data.....	52
B. Analisis Data	55
c. Uji Heterokedastisitas.....	60
C. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
DAFTAR PUSTAKA	779

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA)....	2
Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Indikator Variabel Penelitian	41
Tabel 3.2 Nilai Skor Responden.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolonieritas.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji T	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji T	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65

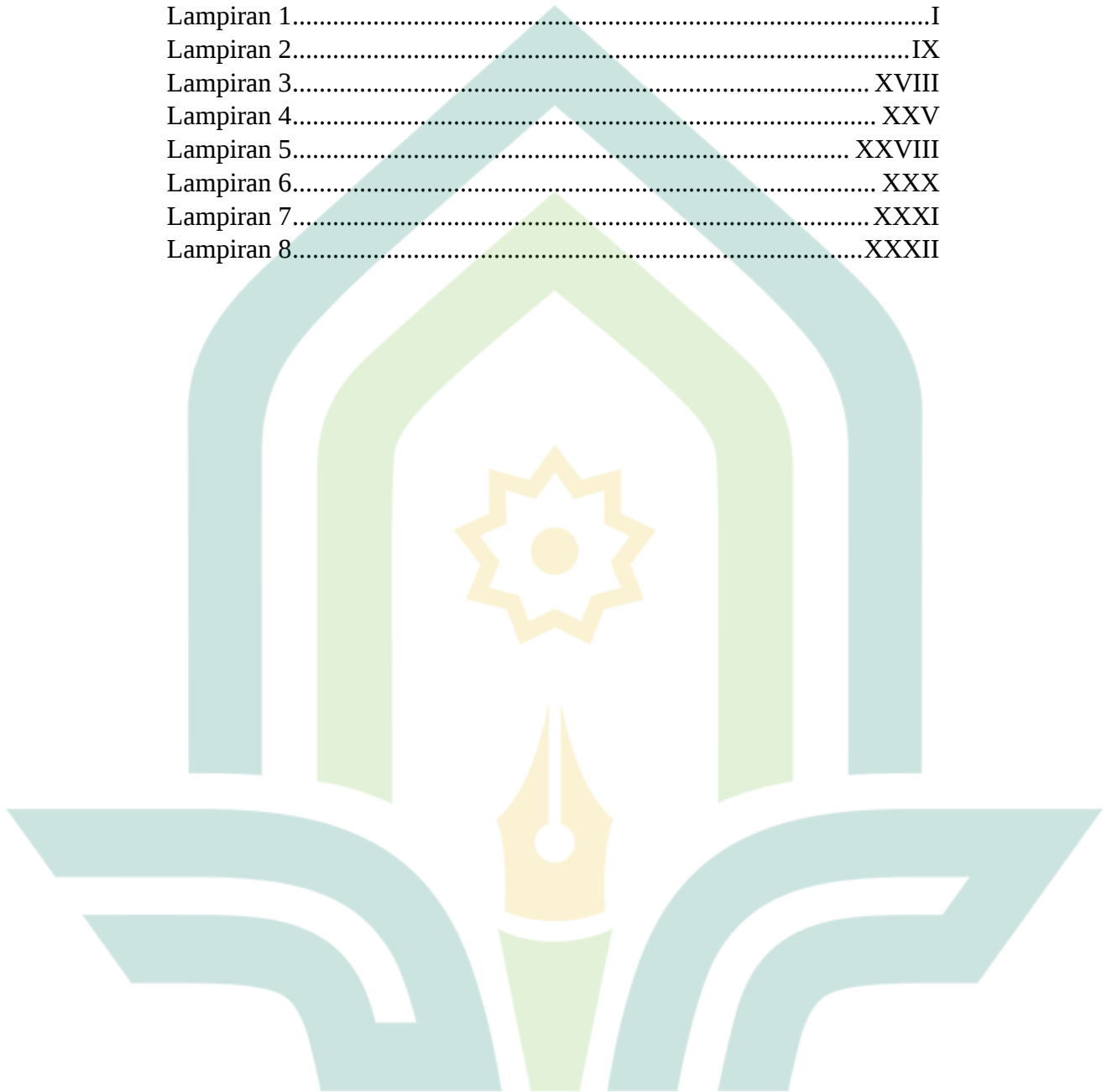
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	34
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	I
Lampiran 2.....	IX
Lampiran 3.....	XVIII
Lampiran 4.....	XXV
Lampiran 5.....	XXVIII
Lampiran 6.....	XXX
Lampiran 7.....	XXXI
Lampiran 8.....	XXXII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Loyalitas anggota merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan suatu lembaga keuangan syariah. Loyalitas mencerminkan komitmen anggota untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan secara berkelanjutan, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain meskipun terdapat berbagai alternatif dari lembaga pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas merupakan komitmen yang kuat untuk terus membeli atau menggunakan kembali suatu produk maupun jasa secara konsisten pada masa yang akan datang meskipun terdapat situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Tingkat loyalitas anggota dipengaruhi oleh tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan (Oktavia et al., 2022) . Selain itu, (Haryanti & Baqi, 2019) menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk terus melakukan pembelian atau berlangganan suatu produk atau jasa secara berkelanjutan. Oleh karena itu, loyalitas menjadi aset penting bagi lembaga keuangan syariah karena anggota yang loyal tidak hanya melakukan transaksi secara berulang, tetapi juga memberikan rekomendasi positif kepada orang lain sehingga mampu meningkatkan keberlangsungan dan daya saing lembaga.

Namun, kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya tercermin pada Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Secara teoritis, anggota yang memiliki loyalitas tinggi akan tetap menggunakan produk secara berkelanjutan, melakukan transaksi berulang, serta merekomendasikan produk kepada orang lain sehingga jumlah anggota dapat dipertahankan bahkan meningkat dari waktu ke waktu.

Berikut tabel perkembangan jumlah anggota produk simpanan hari raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

Tabel 1.1
Data Anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA)

NO	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2023	704
2.	2024	832
3.	2025	670

Sumber : KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang,2026

Akan tetapi, berdasarkan data KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang, jumlah anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) mengalami fluktuasi. Pada tahun 2023 jumlah anggota tercatat sebanyak 704 orang, kemudian meningkat menjadi 832 orang pada tahun 2024. Namun, pada tahun 2025 jumlah anggota menurun menjadi 670 orang. Jika dibandingkan dengan tahun 2024, terjadi penurunan sebanyak 162 anggota atau sekitar 19,47%, sedangkan apabila dibandingkan dengan tahun 2023 terjadi penurunan sebanyak 34 anggota atau sekitar 4,83%. Penurunan jumlah anggota tersebut menunjukkan bahwa loyalitas anggota terhadap Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) belum sesuai dengan kondisi yang diharapkan. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota pada produk tersebut.

Untuk mengetahui penyebab terjadinya penurunan loyalitas anggota tersebut, perlu dipahami terlebih dahulu karakteristik lembaga yang menjadi objek penelitian. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Salah satu bentuk lembaga keuangan syariah adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau Baitul Maal wat Tamwil

(BMT), yang memiliki peran sebagai lembaga keuangan mikro dalam memberikan layanan keuangan kepada masyarakat. BMT menjalankan dua fungsi utama, yaitu fungsi baitul maal yang berorientasi pada pengelolaan dana sosial serta fungsi baitul tamwil yang berorientasi pada kegiatan bisnis melalui penghimpunan dan penyaluran dana sesuai prinsip syariah. Berbeda dengan lembaga keuangan konvensional yang menerapkan sistem bunga, BMT menggunakan mekanisme bagi hasil sehingga transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah (Andini, 2022). Untuk menjalankan kedua fungsi tersebut, khususnya fungsi tamwil, BMT dituntut mampu menyediakan produk dan layanan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan anggota (Faruq & Jennah, 2023).

Pembentukan KSPPS BMT Bahtera didasari oleh inisiatif untuk mengenalkan sistem ekonomi rakyat yang berlandaskan syariah. Sasarannya adalah memberikan fasilitas transfer dana di antara umat muslim yang memiliki surplus dana dengan mereka yang membutuhkan. Lebih lanjut, entitas ini juga bermaksud untuk memenuhi keperluan modal bagi umat Islam yang kurang mampu serta menawarkan lokasi penyimpanan uang yang aman melalui mekanisme bagi hasil.

Salah satu institusi keuangan mikro yang berprinsip syariah adalah KSPPS BMT Bahtera Pekalongan. Institusi ini dapat memberikan layanan kepada berbagai lapisan masyarakat, mulai dari kelas atas hingga bisnis kecil dan menengah. Penting untuk membantu pengembangan modal atau dana. Operasi BMT Bahtera mencakup seluruh Jawa Tengah, bukan hanya Pekalongan. Jumlah anggota BMT Bahtera mencapai 7.995 pada Desember 2015. Strategi BMT Bahtera adalah untuk mendekatkan diri dan mempermudah akses bagi para anggotanya. Sekarang ini, BMT Bahtera mengoperasikan satu kantor utama, lima cabang, serta satu unit kas di Pekalongan, Batang, dan Tegal.

KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang merupakan cabang dari KSPPS BMT Bahtera Pekalongan yang menyediakan berbagai pilihan produk simpanan, termasuk produk tabungan hari raya yang dikenal sebagai Sahara. Tabungan Sahara adalah bentuk simpanan kelompok dengan nominal setoran dan jadwal penarikan yang telah ditetapkan, bertujuan untuk menyiapkan keperluan hari raya serta memperoleh bonus. Tabungan Hari Raya (SAHARA) menerapkan akad Mudharabah Muthlaqoh dengan pembagian 95% untuk BMT Bahtera dan 5% untuk anggota. Produk ini sangat diminati di kalangan anggota karena memfasilitasi pengelolaan dana untuk keperluan hari raya dengan mudah.

Penurunan loyalitas anggota dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil. Kepercayaan merupakan keyakinan anggota bahwa lembaga mampu menjalankan amanah, memberikan pelayanan yang jujur, serta mengelola dana sesuai dengan prinsip syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan anggota terhadap lembaga, maka semakin besar pula kemungkinan anggota untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, kualitas layanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada anggota sehingga mendorong terciptanya kepuasan dan loyalitas. Citra perusahaan yang positif juga mampu meningkatkan keyakinan anggota terhadap kredibilitas lembaga, sedangkan sistem bagi hasil yang adil dan transparan menjadi salah satu daya tarik utama bagi anggota untuk tetap menabung pada lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, keempat faktor tersebut diduga memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas anggota pada Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa loyalitas anggota dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian yang dilakukan oleh Yana dan Sukei (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas anggota pada KSPPS BMT Surya

Raharja Bojonegoro. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi tingkat kepercayaan anggota, maka loyalitas anggota juga akan semakin meningkat. Hasil serupa juga ditemukan oleh Fathullah et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Tama. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas anggota pada lembaga keuangan syariah.

Selain kepercayaan dan kualitas layanan, citra perusahaan serta bagi hasil juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Penelitian (Widia AyuLestari, 2023) menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Wanita Petra Palembang. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik mampu meningkatkan keyakinan anggota sehingga mendorong terbentuknya loyalitas. Selanjutnya, penelitian (Rismawati, 2022) membuktikan bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Bakti Huria Syariah Cabang Palopo. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sistem bagi hasil yang adil dan transparan dapat meningkatkan loyalitas anggota terhadap lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, diketahui bahwa kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota maupun nasabah pada lembaga keuangan syariah. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian yang dilakukan oleh Yana dan Sukei (2020) hanya mengkaji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Penelitian Fathullah et al. (2023) menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan religiusitas sebagai variabel moderator. Sementara itu, penelitian Widia Ayu Lestari (2023) mengombinasikan variabel

citra perusahaan, suku bunga, dan kepercayaan terhadap loyalitas, sedangkan penelitian Rismawati (2022) hanya berfokus pada pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, masih terbatas penelitian yang menguji secara simultan pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan di lembaga keuangan mikro syariah, khususnya Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut sekaligus memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota.

Berdasarkan fenomena penurunan jumlah anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang serta masih terbatasnya penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil terhadap loyalitas anggota pada lembaga keuangan mikro syariah, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran jasa syariah, khususnya mengenai loyalitas anggota, serta memberikan manfaat praktis bagi KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan sistem bagi hasil guna mempertahankan loyalitas anggota. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang."**

B. Rumusan Masalah

Merujuk latar belakangnya, maka rumusan permasalahan untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?
4. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?
5. Apakah kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?

C. Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan pada penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.
4. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas pada anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil secara simultan terhadap loyalitas pada

anggota Produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan ini bisa membantu perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan perbankan syariah, khususnya tentang bagaimana kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, bagi hasil, dan loyalitas berhubungan satu sama lain. Hasil penelitian ini juga dapat memperkuat teori-teori yang relevan dan menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang lembaga keuangan syariah mikro.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, temuan ini bermanfaat sebagai sumber penilaian untuk mengembangkan kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, bagi hasil, dan loyalitas. Serta, bisa berfungsi sebagai acuan untuk mengambil keputusan dan mengembangkan strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih baik.
- b. Bagi pembaca dan pihak lainnya, temuan ini dapat membantu mahasiswa, peneliti, dan pelaku usaha syariah memahami sejumlah faktor yang memengaruhi loyalitas, khususnya di lembaga keuangan syariah mikro seperti BMT.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan uraian yang ringkas atau jelas yang terhubung dengan topik-topik lain yang akan dibahas secara metodis agar dapat dipahami dengan mudah oleh seluruh pembaca.

Berikut sistematika pembahasan penulisanya :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan permasalahan penelitian yang diteliti sepanjang studi ini dan dijelaskan dalam bab berikutnya. Dari bab

yang ditawarkan pada pendahuluan, termasuk latar belakang, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat dari masalah tersebut.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan teori-teori yang akan dikaji dalam penelitian ini. Menyajikan kerangka konseptual dan hipotesis yang memandu penelitian ini, dan penjelasan tentang telaah pustaka sebelumnya yang sebanding semuanya disajikan dalam tinjauan pustaka.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan variabel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data, Populasi dan Sampel Penelitian sebagai instrumen penelitian, metodologi penelitian, lingkungan penelitian, dan jenis penelitian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan uraian dan analisis tentang data yang dikumpulkan dan hasil yang dicapai dalam penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup diletakkan setelah hasil dan pembahasan untuk menyimpulkan hasil penelitian ini dan memberi saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis kontribusi variabel kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil terhadap loyalitas anggota produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) pada KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Mengacu pada hasil analisis dan pembahasan yang dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kepercayaan (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk SAHARA di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Tingginya rasa percaya anggota kepada pihak institusi mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan produk SAHARA. Hal ini didasari oleh keyakinan akan keamanan dana yang didepositokan, profesionalisme tata kelola, serta dedikasi lembaga dalam menyuguhkan pelayanan terbaik.
2. Secara parsial variabel kualitas layanan (X2) memberikan dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk SAHARA di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Kualitas layanan yang prima efektif mendongkrak rasa nyaman dan kepuasan nasabah. Karakteristik layanan yang cekatan, bersahabat, serta akomodatif terhadap keperluan anggota memunculkan perasaan dihargai, yang memotivasi mereka untuk memanfaatkan produk SAHARA secara berkelanjutan.
3. Secara parsial citra perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk SAHARA di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Reputasi institusi yang positif sukses membangun persepsi yang baik di mata para anggota, sehingga menguatkan keyakinan mereka terhadap kredibilitas lembaga. Kondisi psikologis ini mendorong anggota

untuk merawat interaksi dan kemitraan jangka panjang dengan KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

4. Secara parsial bagi hasil (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota produk SAHARA di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Sistem bagi hasil yang diimplementasikan secara berkeadilan, terbuka, dan selaras dengan ekspektasi mampu memberikan nilai manfaat nyata yang dirasakan oleh anggota, sehingga memperbesar keinginan mereka untuk terus menggunakan produk simpanan tersebut.
5. Secara simultan, variabel Kepercayaan (X1), Kualitas Layanan (X2), Citra Perusahaan(X3), dan Bagi Hasil(X4) memberi pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota produk SAHARA pada KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang. Temuan riset memperlihatkan bahwa model regresi yang diterapkan sanggup menjelaskan variasi loyalitas anggota sebesar 63,7%. Hal ini menandakan bahwa kombinasi keempat variabel tersebut memberikan andil yang besar dalam membentuk loyalitas. Adapun sisa variasi sebesar 36,3% terpengaruh variabel lain diluar penelitian.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel penelitian yang digunakan masih terbatas, yaitu hanya meliputi kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil. Sementara itu, loyalitas anggota bisa dipengaruhi oleh faktor lain misal kepuasan anggota, kualitas produk, promosi, lokasi, komitmen anggota, dan nilai yang dirasakan anggota yang tidak diteliti.
2. Objek penelitian hanya dilakukan pada anggota produk Simpanan Hari Raya (SAHARA) di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang, sehingga temuan ini belum tentu bisa digeneralisasi pada semua produk simpanan maupun lembaga keuangan syariah lainnya yang memiliki karakteristik berbeda.
3. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga jawaban responden bergantung pada pemahaman, dan

kejujuran mereka pada saat pengisian kuesioner. Ini memungkinkan subjektivitas dalam jawaban yang dibagikan.

4. Jumlah sampel penelitian relatif terbatas, yaitu sebanyak 87 responden, sehingga belum dapat menggambarkan seluruh karakteristik anggota produk SAHARA secara lebih luas.

C. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis dengan memperkuat *Relationship Marketing Theory* yang dikemukakan oleh Peck, Payne, Christopher, dan Clark (1999). Teori tersebut menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan hasil dari hubungan jangka panjang yang dibangun melalui penciptaan kepercayaan, nilai pelanggan (*customer value*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), serta manfaat yang dirasakan pelanggan. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, sehingga mendukung konsep *Relationship Marketing* bahwa hubungan yang berkualitas antara organisasi dan pelanggan akan menghasilkan loyalitas yang lebih tinggi.

Selain memperkuat *Relationship Marketing Theory*, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan di bidang manajemen pemasaran syariah dan manajemen lembaga keuangan syariah, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas anggota tidak hanya dipengaruhi oleh aspek pelayanan, tetapi juga oleh kepercayaan, citra perusahaan, dan sistem bagi hasil sebagai karakteristik khas lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang

mengkaji loyalitas anggota pada lembaga keuangan syariah dengan menggunakan *Relationship Marketing Theory* sebagai landasan teoritis.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi KSPPS BMT Bahtera KC Batang sebagai objek penelitian. Penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan bagi hasil merupakan faktor-faktor yang mampu meningkatkan loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya (SAHARA). Oleh karena itu, KSPPS BMT Bahtera KC Batang perlu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan anggota melalui pengelolaan dana yang aman, transparan, serta konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas operasional. Selain itu, kualitas layanan perlu terus ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan profesional sehingga mampu memenuhi harapan anggota.

Di samping itu, KSPPS BMT Bahtera KC Batang juga perlu menjaga citra perusahaan sebagai lembaga keuangan syariah yang amanah, terpercaya, dan memiliki reputasi yang baik di masyarakat. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan, transparansi informasi, serta penyampaian edukasi mengenai produk-produk yang dimiliki. Penerapan sistem bagi hasil yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah juga perlu dipertahankan karena mampu memberikan manfaat ekonomi yang dirasakan anggota. Dengan memperhatikan keempat aspek tersebut secara berkelanjutan, KSPPS BMT Bahtera KC Batang diharapkan mampu meningkatkan loyalitas anggota, mempertahankan anggota yang telah ada, menarik anggota baru melalui rekomendasi positif, serta meningkatkan keberlanjutan pengembangan produk Simpanan Hari Raya (SAHARA).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Amrin, A., & Palopo, U. M. (2020). *Pengaruh sistem bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank muamalat kcp palopo*.
- Andini, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota. *Secad*, 4(2), 325–332. <https://asmkencana.ac.id/jurnal/index.php/SECAD/article/view/67%0Ahttps://asmkencana.ac.id/jurnal/index.php/SECAD/article/download/67/37>
- Arikunto, S. (2006). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara. *Agustus*, V(2), 130–137.
- Assiddiq, A. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Elibrary Unikom*, 2001, 2. [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4987/8/UNIKOM_ALIF_AKBAR_A_BAB II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4987/8/UNIKOM_ALIF_AKBAR_A_BAB%20II.pdf)
- Azizah, N., & Chaimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643.
- Christina Dewi W, Apriana Anggreini Bangun, Ratna Susilowati, & Mughni Mutmainnah Iskandar A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1333>
- Dafa Galih Pratama, F., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT). *Journal Unimma*, 885–905.

- Debi Alma Nofri Yantri, & Khairil Aswan. (2023). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Siberut Selatan, Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 29–39. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i1.1998>
- Desinta, A. R., & Suru, M. (2025). Pengaruh harga jual, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah studi kasus bank syariah indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 8(1), 125 – 134.
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(01), 22–34. <https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>
- Fathullah, F., Yulianto, A., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi Tama dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus di Koperasi Tama). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 106–123. <https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/jecmer/article/view/75>
- Habib, Z., & Mundhori. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 1(1), 31–48. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v1i1.143>
- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 101–128. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i2.72>
- Hayuni, N., & Elsandra, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS BMT) Koto Lua. *Journal of Business Economics and Management*, 1(3), 643–653.

<https://jurnal.globalscients.com/index.php/jbem/article/view/334>

- Huda, R., Sastryawanto, H., & Hidayat, S. W. (2026). *Human Resource Management Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Kepuasan dan Loyalitas Terhadap Pendapatan Anggota Koperasi Agribisnis Dana Mulya*. 2(1), 1–6.
- Iii, B. A. B. (2014). *Bab iii metode penelitian 3.1*. 2018, 33–48.
- Iii, B. A. B. (2017). *Bab iii metode penelitian 3.1*. 34–44.
- Indah. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Ismail, I. (2024). Relationship Marketing: Pengertian, Manfaat, dan Tujuannya. *Bliss*. <https://bliss.id/blog/marketing/relationship-marketing/>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>
- Mutia, C., Firdaus, R., & Malikussaleh, U. (2024). *Analisis Pembagian Nisbah Bagi Hasil terhadap Pembiayaan Syariah Akad Mudharabah*.
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas

- Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Peck, E., & Payne, A. (1999). *Relationship Marketing Strategy And Implementation*.
- Pehan, D. M., & Santoso, B. H. (2026). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Anggota Dimediasi Kepuasan pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Hokeng*. 9(1), 301–312.
- Pokhrel, S., Permatasari, S., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., Pekalongan, W., Bachtiar, A., Barizki, R. N., & Pranawukir, I. (2024). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik*. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pramono, A., Waluyo, T., Komputer, F. I., & Purwokerto, U. A. (2021). *ANALISIS ARUS TIGA FASA DAYA 197 KVA DENGAN MENGGUNAKAN METODE UJI NORMALITAS KOLMOGOROV*. 4(2), 213–216.
- Pramudya, E. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Pada Generasi Milenial*. 2021, 17–27.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Mudharabah (TABAH) DI BMT NU CABANG BUNGATAN SITUBONDO*. 2, 306–312.
- Rismawati. (2022). *Pengaruh pembiayaan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah pada kspps bakti huria syariah cabang palopo*. (Institut Agama Islam Negeri Palopo), 125. http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4948/1/SKRIPSI_RISMAWATI.PDF
- Rizal, samsul, Abdullah, I., & Violin, V. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol . 8 No . 2 September 2021 E - ISSN GABUNGAN DI INDONESIA Oleh: *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT*

INDONESIA (PERSERO) Tbk., 8(2), 25–33.

- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&N*. file:///C:/Users/JUMPER TECH/Downloads/Metode Penelitian Sugiyono 2023.pdf
- Supriyatno, I., Imtikhanah, S., & Yulinda, T. (2022). Pengaruh Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Koperasi Artha Agung Bandar. *Neraca*, 18(1), 118–147. <https://doi.org/10.48144/neraca.v18i1.1194>
- Suraharta, M. (2024). *No Title 済無No Title No Title No Title*. 2, 306–312.
- Widayat, . Agustini Sally. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Widia AyuLestari. (2023). *No Pengaruh Citra Perusahaan, Suku Bunga Dan Kepercayaan, Terhadap Loyalitas Naabah (Studi pada Koperasi Wanita Peta Palembang)*.
- Yana, S., & Sukesu. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota Pada KSPPS BMT Surya Raharja Bojonegoro. *Soetomo Business Review*, 3, 103–124.
- Yanto, R. T. Y., & Anggraini, S. D. (2023). Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 65–76.
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118.