

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK SIMPANAN HARI RAYA IDUL FITRI
(SIHARFI) DI KSPPS SM NU PEKALONGAN CABANG
KRADENAN**

SKRIPSI

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



Oleh:

MEGA MURNI HANDAYANI

NIM 4221015

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

2026

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK SIMPANAN HARI RAYA IDUL FITRI
(SIHARFI) DI KSPPS SM NU PEKALONGAN CABANG**

KRADENAN

SKRIPSI

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



Oleh:

MEGA MURNI HANDAYANI

NIM 4221015

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

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Murni Handayani

Nim : 4221015

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) Di Kspps Sm Nu Pekalongan Cabang Kradenan

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

Pekalongan, 24 Juni 2026

Yang Menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAI TEMBAK' and a serial number '1059A0X052212135'.

Mega Murni Handayani

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Mega Murni Handayani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Mega Murni Handayani**

NIM : **4221015**

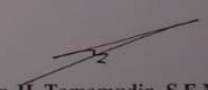
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) Di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan**

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, 18 Juni 2026

Yang Menyatakan


Dr. H. Tamamudin, S.E M.M
NIP. 197910302006041018



PENGESAHAN
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 (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Mega Murni Handayani**

NIM : **4221015**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan**

Dosen Pembimbing : **Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 10 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 198205272011011005

Penguji II

Rohmat Abidin, M.Kom.
NIP. 198801062020121006

Pekalongan, 15 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-QS. Al-Baqarah: 286-

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkanlah setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang
kau harapkan.”

-Maudy Ayunda-



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. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Rahdiharjo dan Ibu Rokhaeni dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan saya. Meskipun Bapak dan Ibu tidak berkesempatan menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan agar anak-anaknya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Dengan segala keterbatasan yang ada, Bapak dan Ibu selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi saya dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak bungsu, saya bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai

lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringan, kerja keras, dan tanggung jawab Bapak dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi saya untuk dapat mengenyam pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Ibu senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan saya dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Terima kasih atas doa hebat yang selalu kalian panjatkan untuk saya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama agar selalu ada dalam setiap episode kehidupan anak bungsumu ini.

2. Untuk kedua kakakku tersayang yang tak kalah penting kehadirannya, Kukuh Prasetyo Widiyanto dan Mega Wati. Terima kasih atas setiap dukungan, perhatian, nasihat, dan doa yang selalu mengiringi langkah penulis. Kehadiran kalian mengajarkan bahwa dalam setiap perjuangan, penulis tidak pernah benar-benar berjalan sendirian.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang saya banggakan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M., Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, serta kesabaran yang Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT

senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan membalas segala ketulusan serta kebaikan Bapak dengan balasan yang terbaik.

5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I yang telah memberikan kontribusi dalam penentuan judul skripsi dan senantiasa memberikan arahan yang membangun selama perkuliahan, menjadi sosok pendamping yang penuh dedikasi dalam perjalanan akademik saya.
6. Untuk sahabatku Putri Rahmawati, Aneke Desvita Arni, Emeraldita Putri Primanti, Nesy Aidah Rahman, Wiwit Lusiana Lestari, Vina Kholifatun Nisa, dan Alief Fikri Dzikriansyah yang selalu memberi bantuan, motivasi, serta segala kenangan yang telah tercipta selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, saling menguatkan, berbagi ilmu, dan memberikan semangat hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Untuk seseorang yang tidak bisa kutuliskan namanya, terima kasih telah hadir di saat perjalanan ini terasa begitu berat, menjadi tempat bercerita ketika pikiran dipenuhi keraguan, dan menjadi alasan untuk kembali percaya bahwa saya mampu menyelesaikan semuanya. Mungkin namamu tidak tertulis di halaman ini, tetapi jejakmu ada dalam setiap proses yang kulewati. Terima kasih, untuk semua hal yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata. Semoga segala kebaikan, kesabaran, dan ketulusan yang telah kamu berikan menjadi amal baik yang dibalas Allah SWT dengan kebahagiaan, kesehatan, dan kemudahan dalam setiap langkahmu.

8. Terima kasih juga kepada pihak KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena tetap bertahan sampai pada tahap ini. Terima kasih telah memilih untuk bangkit setiap kali keadaan memaksamu jatuh. Terima kasih karena tidak menyerah dan berani melawan rasa takut, meskipun berkali-kali merasa lelah, kehilangan arah, menangis diam-diam, dan mempertanyakan kemampuan diri sendiri. terima kasih untuk tidak menyerah tetapi memilih melangkah dan terus berjuang walau kadang tak tau arah dan sering merasa terlambat dari yang lain. Sampai ditahap ini bukanlah hal yang mudah bagi anak kecil yang perjuangannya dipenuhi dengan benturan besar, perjalananmu sangat tidak mudah tapi kamu sanggup melewatinya dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga pencapaian sederhana ini menjadi awal dari perjalanan yang baik, membuka pintu bagi impian-impian berikutnya, dan menjadi pengingat bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia selama dilakukan dengan ikhlas dan penuh keyakinan. Terima kasih Mega Murni Handayani kamu hebat sudah sejauh ini.

ABSTRAK

MEGA MURNI HANDAYANI, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) Di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.

Seiring waktu, eksistensi lembaga keuangan syariah semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pada masa sekarang, semakin banyak institusi yang memakai konsep syariah. KSPPS SM NU Cabang Kradenan, salah satu unit layanan dari KSPPS SM NU Pekalongan, menyediakan berbagai jenis simpanan, termasuk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan jumlah anggota produk simpanan ahri raya idul fitri (Siharfi) pada tahun 2024 tercatat sebanyak 575 anggota yang mengikuti produk simpanan hari raya idul fitri. Namun pada tahun 2025 terjadi penurunan menjadi 531 anggota. Penurunan tersebut menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dikaji karena mengindikasikan bahwa loyalitas anggota terhadap produk belum terbentuk secara maksimal. Padahal, secara konseptual produk Siharfi dirancang dengan skema setoran yang relatif ringan dan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan anggota serta mendorong terbentuknya loyalitas yang lebih kuat. Secara konseptual, kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan dipercaya bisa memunculkan kepuasan, dari kepuasan itulah loyalitas pada akhirnya terbentuk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota pada produk simpanan hari raya idul fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel berjumlah 84 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan SPSS 27.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota maupun kepuasan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota maupun kepuasan. Citra perusahaan berpengaruh signifikan tetapi berarah negatif terhadap loyalitas anggota sedangkan citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan mampu memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas anggota. Kepuasan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas anggota. Kepuasan mampu memediasi hubungan antara citra perusahaan terhadap loyalitas anggota. Hasil koefisien determinasi model pertama memiliki nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah 0,177 atau 17,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan sebesar 17,7%, sedangkan sisanya 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Lalu hasil koefisien model kedua memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,650. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan terhadap

Loyalitas Anggota sebesar 65%, sedangkan sisanya sebesar 35,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Anggota, dan Kepuasan



ABSTRACT

MEGA MURNI HANDAYANI, *The Influence of Trust, Service Quality, and Corporate Image on Member Loyalty, with Satisfaction as an Intervening Variable, in the Eid al-Fitr Savings Product (SIHARFI) at the KSPPS SM NU Pekalongan Kradenan Branch.*

Over time, Islamic financial institutions have shown significant growth. Today, an increasing number of institutions are adopting Sharia principles. The Kradenan Branch of KSPPS SM NU, a service unit of KSPPS SM NU Pekalongan, offers various types of savings accounts, including the Eid al-Fitr Savings Account (Siharfi). This study was motivated by a decline in the number of members participating in the Eid al-Fitr savings product (Siharfi) in 2024, with 575 members recorded as participating in the Eid al-Fitr savings product. However, in 2025, this number decreased to 531 members. This decline is an interesting phenomenon to examine because it indicates that member loyalty to the product has not yet been fully established. Conceptually, the Siharfi product is designed with a relatively flexible deposit scheme and adheres to Sharia principles, which are expected to increase member interest and foster stronger loyalty. Conceptually, trust, service quality, and corporate image are believed to foster satisfaction, and it is from this satisfaction that loyalty ultimately develops. This study aims to analyze the influence of trust, service quality, and corporate image on member loyalty through member satisfaction with the Eid al-Fitr savings product (Siharfi) at the KSPPS SM NU Pekalongan Kradenan Branch.

This study employed a quantitative approach with a sample of 84 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, and data were collected using a questionnaire. This study utilized path analysis with the assistance of SPSS 27.

The research results show that trust has a positive and significant effect on both member loyalty and satisfaction. Service quality has a positive but insignificant effect on both member loyalty and satisfaction. Corporate image has a significant but negative effect on member loyalty, while it has a positive but insignificant effect on satisfaction. Satisfaction mediates the relationship between trust and member loyalty. Satisfaction mediates the relationship between service quality and member loyalty. Satisfaction mediates the relationship between corporate image and member loyalty. The results of the first model's coefficient of determination show an Adjusted R-Square value of 0.177, or 17.7%. This indicates that Trust, Service Quality, and Corporate Image account for 17.7% of the variation in Satisfaction, while the remaining 82.3% is influenced by other variables not examined in this study. The results of the second model show an Adjusted R-Square value of 0.650. This indicates that Trust, Service Quality, Corporate Image, and Satisfaction account for 65% of the variation in Member Loyalty, while the remaining 35.0% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Trust, Service Quality, Corporate Image, Member Loyalty, and Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) Di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.” Penulisan skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Sholawat serta salam tidak lupa kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan rusalah kepada umatnya dan berjuang demi tegaknya agama Allah SWT, serta mampu mengajak umatnya beranjak dari kebodohan menuju umah yang berakhlak mulia. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sejak awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini tidaklah mudah. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh, Khafidz Ma'shum, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M. Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
5. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah membimbing, memotivasi, dan mengarahkan, saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat bagi penulis.
8. Pihak Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Syirkah Muawanah Nahdlatul Ulama Pekalongan Cabang Kradenan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang diperlukan dalam skripsi ini.
9. Orang tua dan keluarga tersayang yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material.
10. Sahabat yang telah banyak membantu dan memberikan saran serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Pekalongan, 24 Juni 2026



Mega Murni Handayani

NIM. 4221015

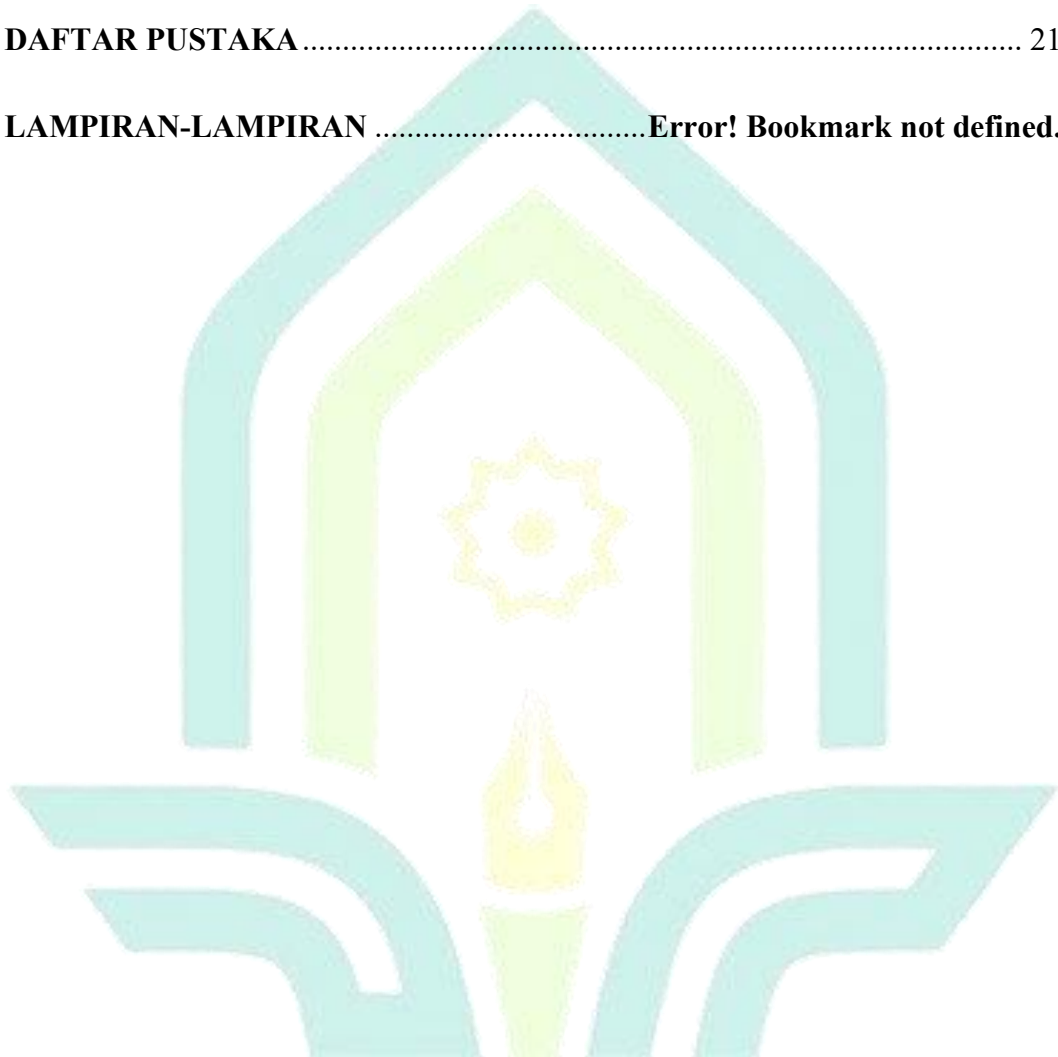
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
TRANSLITERASI.....	xx
DAFTAR TABEL	xxix
DAFTAR BAGAN.....	xxx
DAFTAR GAMBAR.....	xxxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11

D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Setting Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
G. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1. Data primer.....	Error! Bookmark not defined.
2. Data sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
H. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data ...	Error! Bookmark not defined.

1. Metode Angket atau Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
2. Metode Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
I. Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Hipotesis	60
4. Analisis Jalur (<i>Path analysis</i>).....	Error! Bookmark not defined.
5. Uji Sobel	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.
1. Deskripsi Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
5. Analisis Jalur.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP	17
a. Simpulan.....	17
b. Keterbatasan Penelitian	18
c. Saran	19
DAFTAR PUSTAKA	21
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. 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:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ḍal	ḏ	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
ه	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*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harokat, transliterasinya sebagai berikut :

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harokat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut :

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـِـو...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel Transliterasi Maddah

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...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

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”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakatsukun, transliterasinya adalah “h”.

3. 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
- طَلْحَةُ talhah

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 nazzala

- الْبِرُّ al-birru

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 ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. 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'khuẓu
- شَيْءٍ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

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 - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا - Bismillāhi majrehā wa mursāhā

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 - 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

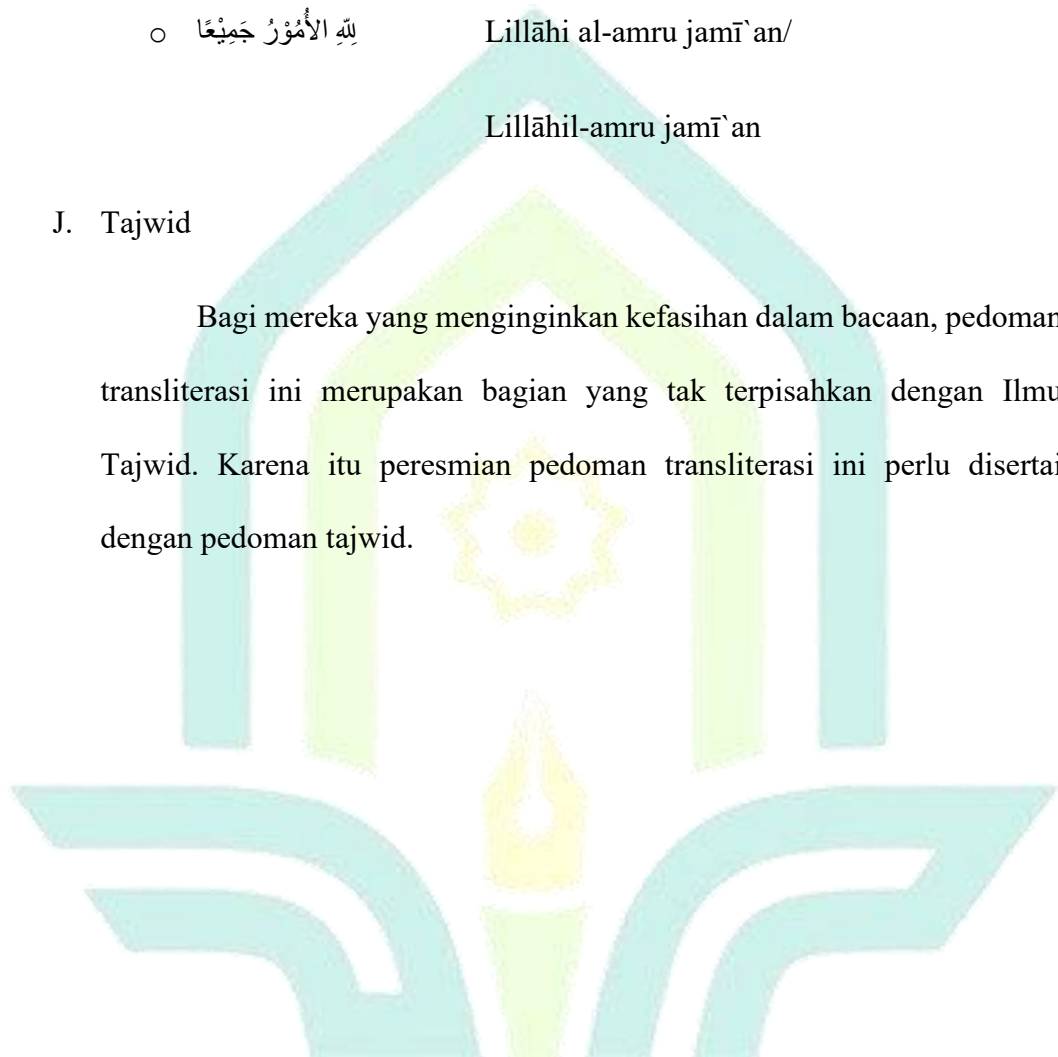
disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

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

J. Tajwid

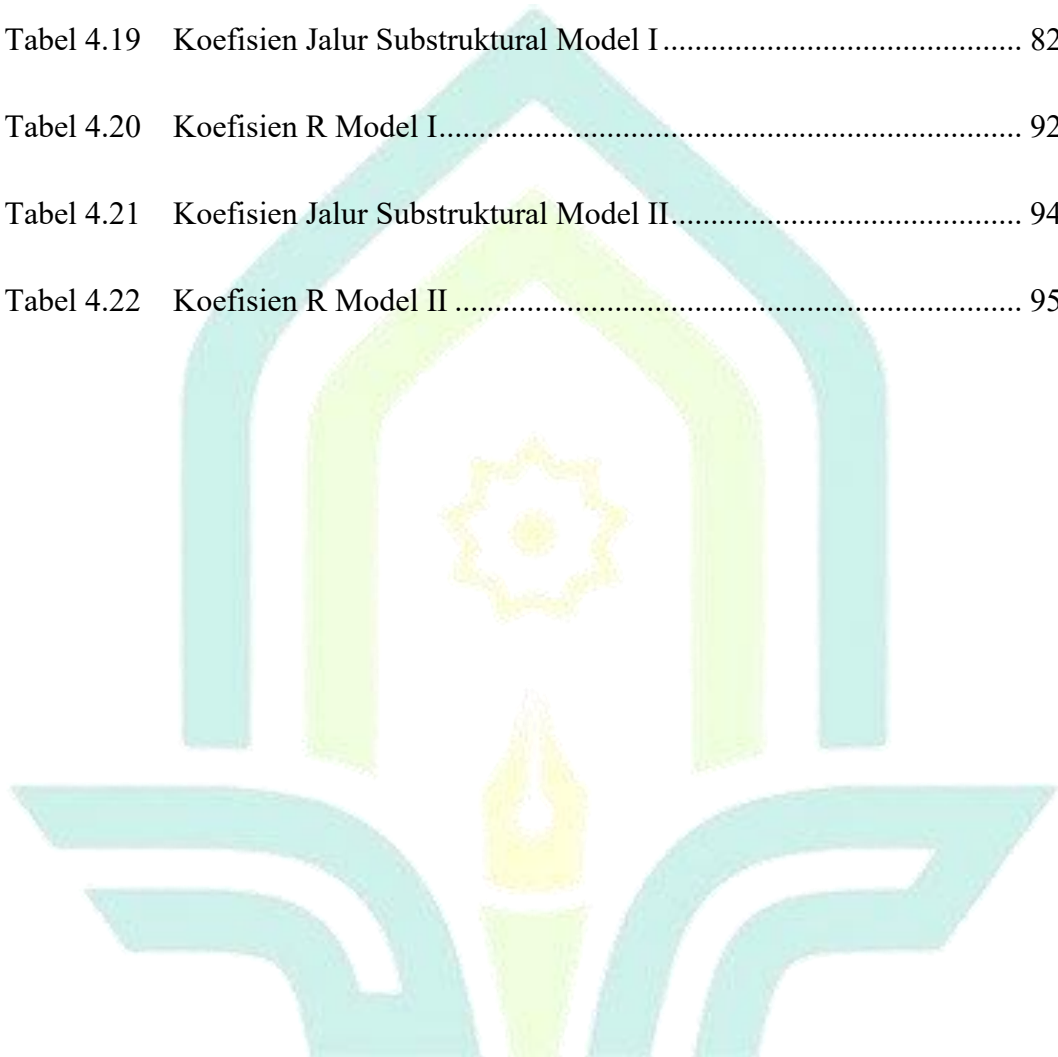
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

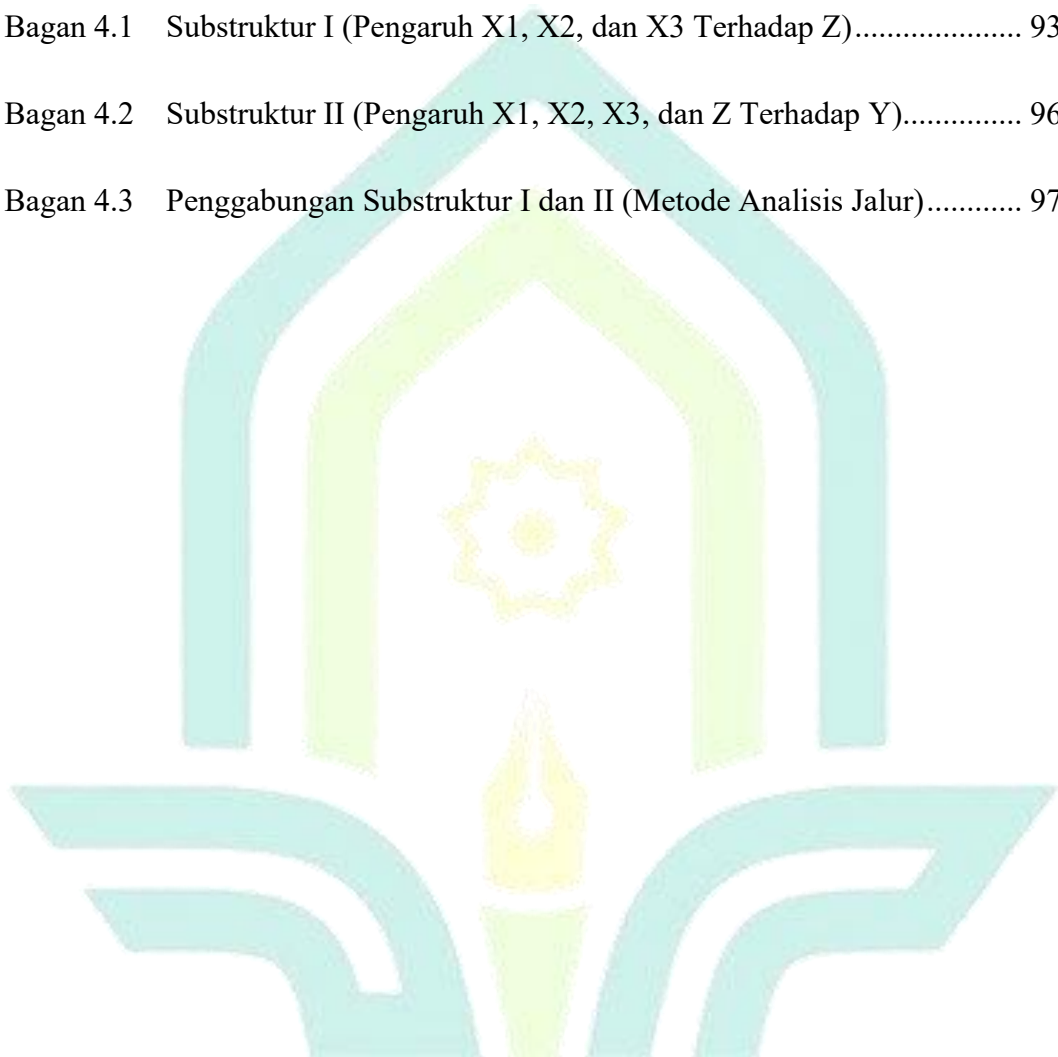
Tabel 1.1	Jumlah Anggota Siharfi	4
Tabel 2.1	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator	53
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert.....	57
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	72
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota.....	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Model I	77
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Model II	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas Model I.....	81
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas Model I.....	82
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser Model I.....	83
Tabel 4.14	Hasil Uji Glejser Model II	85

Tabel 4.15	Hasil Uji T Model I.....	87
Tabel 4.16	Hasil Uji T Model II	88
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model I	90
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model II.....	91
Tabel 4.19	Koefisien Jalur Substruktural Model I.....	82
Tabel 4.20	Koefisien R Model I.....	92
Tabel 4.21	Koefisien Jalur Substruktural Model II.....	94
Tabel 4.22	Koefisien R Model II	95



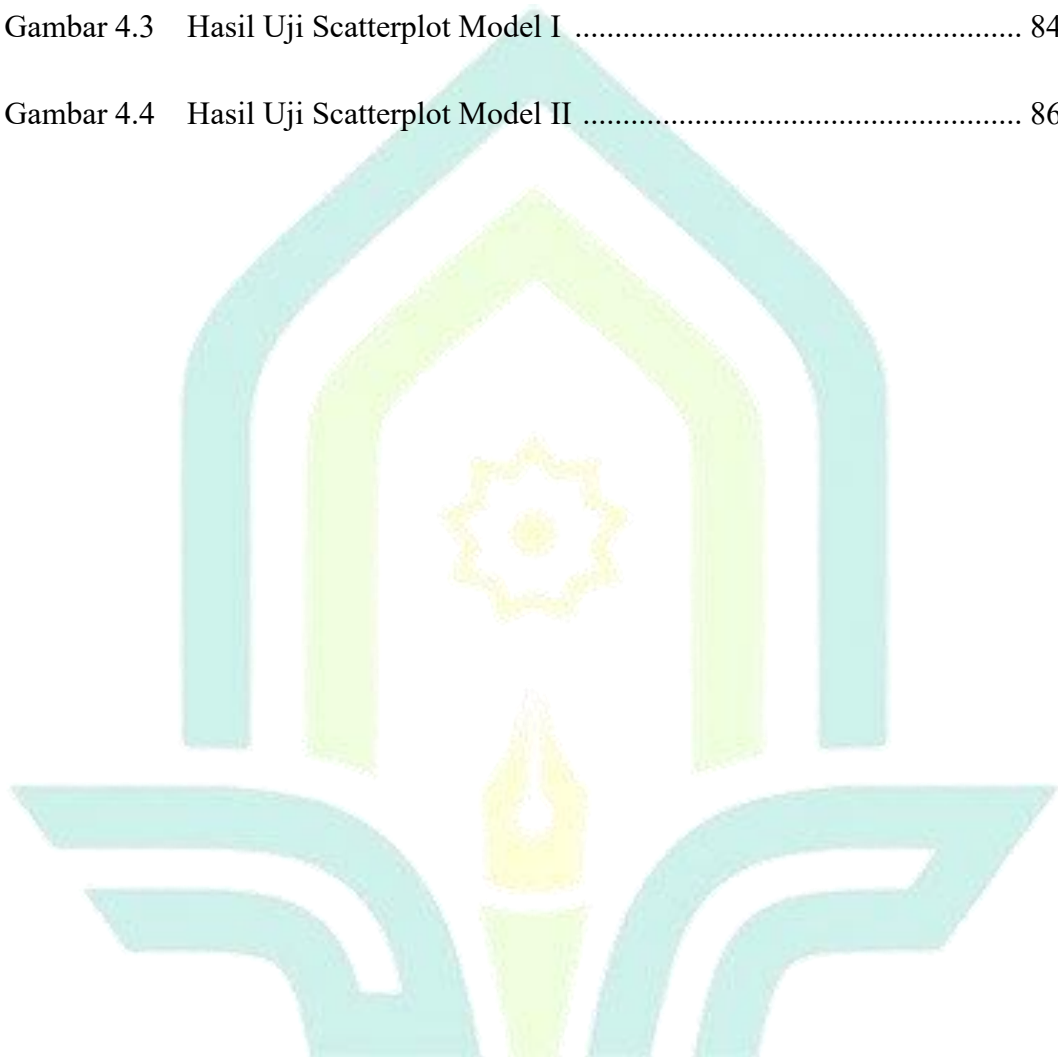
DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1	Substruktur I (Pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 Terhadap Z).....	62
Bagan 3.2	Substruktur II (Pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , dan Z Terhadap Y).....	63
Bagan 3.3	Penggabungan Substruktur I dan II (Metode Analisis Jalur).....	63
Bagan 4.1	Substruktur I (Pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 Terhadap Z).....	93
Bagan 4.2	Substruktur II (Pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , dan Z Terhadap Y).....	96
Bagan 4.3	Penggabungan Substruktur I dan II (Metode Analisis Jalur).....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1	Hasil Uji Probability Plot Model I	78
Gambar 4.2	Hasil Uji Probability Plot Model II	80
Gambar 4.3	Hasil Uji Scatterplot Model I	84
Gambar 4.4	Hasil Uji Scatterplot Model II	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	II
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 4	Tabulasi Data Responden	X
Lampiran 5	Tabulasi Kuesioner Penelitian	XIV
Lampiran 6	Karakteristik Responden Penelitian.....	XVIII
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas	XXI
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas	XXIV
Lampiran 9	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXVI
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis	XXXI
Lampiran 11	Dokumentasi Penelitian.....	XXXIII
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup.....	XXXIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring waktu, eksistensi lembaga keuangan syariah semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pada masa sekarang, semakin banyak institusi yang memakai konsep syariah. Di luar industri perbankan, bukan hanya bank syariah saja yang terus mengalami pertumbuhan melainkan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah juga terus mengalami peningkatan dan perlu mendapat perhatian besar, contohnya pegadaian syariah, asuransi syariah dan koperasi syariah. Pertumbuhan ini diharapkan mampu menciptakan daya saing yang kuat terhadap lembaga keuangan konvensional. Umumnya, koperasi syariah bergerak di bidang simpan pinjam sama seperti lembaga keuangan pada umumnya. Koperasi syariah tidak menerapkan sistem bunga atau riba. Sebagai gantinya, koperasi memakai sistem bagi hasil sesuai ketentuan syariah. Karena perbedaan inilah, masyarakat jadi semakin tertarik untuk menjadi anggota. Baik di koperasi syariah maupun lembaga keuangan syariah lain, sehingga jumlah anggota terus naik dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sistem bagi hasil dianggap lebih sesuai dan diterima masyarakat (Ana Fitriyatul Bilgies, Ali Muhajir, 2025).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, atau disingkat KSPPS merupakan koperasi yang fokus pada kegiatan pembiayaan dan investasi berbasis sistem bagi hasil. Sebelum berganti nama menjadi KSPPS,

lembaga ini awalnya dikenal dengan sebutan Koperasi Jasa Keuangan Syariah atau KJKS. Dalam pelaksanaannya, KSPPS tidak hanya berperan sebagai lembaga bisnis (tamwil) yang menyediakan berbagai layanan keuangan bagi anggota, tetapi juga memiliki fungsi sosial. Fungsi sosial tersebut diwujudkan melalui pengelolaan dan penyaluran dana ZISWAF, yaitu zakat, infak, sedekah, dan wakaf kepada pihak-pihak yang berhak menerima sesuai dengan ketentuan syariah. Dengan demikian, KSPPS berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan ekonomi yang berlandaskan syariah (Pratiwi, 2021). Fungsi ganda KSPPS menunjukkan bahwa lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan keuangan, tetapi juga sebagai bagian dari sistem ekonomi yang memiliki cakupan peran yang lebih luas. Sebagai lembaga keuangan, KSPPS bertanggung jawab dalam menghimpun dan mengelola dana yang berasal dari anggota maupun masyarakat. Dana tersebut kemudian disalurkan kembali melalui berbagai produk pembiayaan yang dirancang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, KSPPS tidak hanya berfokus pada kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, tetapi juga berperan dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat secara berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai syariah (Endaryono et al., 2019).

KSPPS SM NU Pekalongan termasuk salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah atau LKMS yang paling dikenal di Pekalongan, yang sampai saat ini masih terus bertahan dan aktif memberi dampak nyata bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Lembaga ini berdiri

pada 29 Agustus 2004 atas inisiatif beberapa pengurus aktif cabang NU Kota Pekalongan, dan memperoleh legalitas resmi sebagai badan hukum tidak lama setelahnya, yaitu pada 1 Oktober 2004 dengan nomor izin 180/135/2004. Perkembangan signifikan KSPPS SM NU Pekalongan dapat dilihat dari perluasan jangkauan layanannya, yang sekarang sudah membuka beberapa kantor cabang di wilayah-wilayah kecamatan yang tersebar di Pekalongan, Batang, dan Pemalang. Hal ini menunjukkan bahwa KSPPS SM NU Pekalongan telah berhasil meningkatkan kapasitasnya sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Peningkatan jumlah anggota dari waktu ke waktu dan pembukaan kantor-kantor cabang secara luas menjadi bukti nyata kemajuan yang dialami oleh KSPPS SM NU. Total 13 cabang telah didirikan oleh KSPPS SM NU. Unit layanan KSPPS SM NU Pekalongan terdiri atas Kantor Cabang Utama (KCU) di Kota Pekalongan, ditambah dengan cabang-cabang yang tersebar di wilayah Kradenan, Wiradesa, Siwalan, Comal, Pemalang, Sragi, Kesesi, Bojong, Kajen, Warungasem, Batang, dan Kedungwuni.

KSPPS SM NU Cabang Kradenan, salah satu unit layanan dari KSPPS SM NU Pekalongan, menyediakan berbagai jenis simpanan, termasuk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi). Siharfi didefinisikan sebagai simpanan tunai di mana koperasi sebagai pihak yang dititipi dana diizinkan untuk mengelola dana titipan tersebut. Koperasi dapat memperoleh manfaat finansial dari pengelolaan tersebut, tetapi anggota yang menitip tidak berhak menuntut keuntungan dari hasil pengelolaan. Meskipun demikian, KSPPS SM

NU Cabang Kradenan memberikan bonus sebagai bentuk penghargaan kepada nasabah ketika periode simpanan berakhir. Produk siharfi merupakan solusi finansial yang dirancang untuk membantu anggota dalam pemenuhan kebutuhan selama periode hari raya idul fitri, di mana pelaksanaannya didasarkan pada prinsip akad *wadiah yad dhamanah*. Dimana alternatif setoran yang terjangkau mulai dari 25 ribu sampai 100 ribu/minggu selama 42 kali setoran. Untuk mengetahui tingkat kemajuan siharfi, berikut disajikan rekapitulasi perkembangan jumlah anggotanya di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.

**Table 1.1 Jumlah anggota produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri
(Siharfi)**

No	Tahun	Jumlah anggota
1.	2024	575
2.	2025	531

Sumber: KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan, 2025

Berdasarkan data di atas, pada tahun 2024 tercatat sebanyak 575 anggota yang mengikuti produk simpanan hari raya idul fitri. Namun pada tahun 2025 terjadi penurunan menjadi 531 anggota. Penurunan tersebut menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dikaji karena mengindikasikan bahwa loyalitas anggota terhadap produk belum terbentuk secara maksimal. Padahal, secara konseptual produk Siharfi dirancang dengan skema setoran yang relatif ringan dan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan anggota serta mendorong terbentuknya loyalitas yang lebih kuat. Seharusnya kedua hal itu bisa membuat anggota lebih tertarik dan loyal terhadap koperasi.

Fenomena tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan (gap) antara harapan teoritis dan kondisi empiris di lapangan. Secara konseptual, kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan dipercaya bisa memunculkan kepuasan, dari kepuasan itulah loyalitas pada akhirnya terbentuk. Namun, realitas menunjukkan bahwa meskipun lembaga telah berkembang dan produk siharfi memiliki karakteristik yang kompetitif, loyalitas anggota justru mengalami penurunan. Hal ini mengisyaratkan bahwa pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap loyalitas anggota tidak selalu terjadi secara langsung, melainkan kemungkinan melalui peran kepuasan sebagai variabel intervening. Di samping itu, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Perbedaan temuan mengindikasikan masih adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian, sehingga membuka peluang untuk dilakukan kajian lebih lanjut. Kondisi ini sekaligus menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti guna memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai hubungan antarvariabel tersebut.

Hasil studi yang dilakukan oleh (Rudy Haryanto, 2020) mengungkapkan bahwa kepercayaan konsumen berkaitan dengan seluruh informasi dan pertimbangan yang dimiliki konsumen mengenai suatu objek, simbol, maupun manfaat. Pengalaman yang memberikan kesan positif kepada konsumen berperan penting dalam membentuk kepercayaan tersebut. Menurut riset (A'yunina, 2020), ditemukan adanya variasi pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas di dua lokasi yang berbeda dalam penelitian

tersebut. Di BMT Istiqomah, loyalitas anggota pembiayaan murabahah diketahui sangat dipengaruhi secara positif oleh faktor kepercayaan. Hal tersebut menggambarkan bahwa ketika tingkat kepercayaan nasabah meningkat, maka loyalitas mereka terhadap lembaga cenderung bertambah. Pelayanan yang berkualitas berperan dalam menciptakan rasa aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi berulang. Hasil ini justru berbeda dengan temuan di koperasi syariah baitul izza sejahtera, dalam penelitian tersebut variabel kepercayaan ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Dengan kata lain, sekalipun nasabah sudah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi, hal itu belum tentu langsung membuat loyalitas mereka ikut naik.

Permasalahan terkait pelayanan sebenarnya tidak rumit, namun jika tidak diperhatikan dengan baik dapat menimbulkan persoalan yang cukup serius karena sifatnya yang sensitif. Oleh karena itu, sistem pelayanan perlu ditopang oleh fasilitas yang memadai serta penerapan etika dan sopan santun dalam setiap interaksi. Tujuan utama dari penyelenggaraan layanan adalah menarik minat konsumen dan menciptakan kepuasan, yang pada akhirnya memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Pernyataan sebelumnya diperkuat oleh riset Yulianingsih (2022), yang mengemukakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan sesuai dengan harapan nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah

terhadap lembaga tersebut. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Ana Fitriyatul Bilgies & Ali Muhajir (2025) pada KSPPS BMT Ki Slamet Jawa Timur. Penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan belum mampu mendorong terbentuknya loyalitas anggota secara langsung. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan serta kurang optimalnya perhatian terhadap kebutuhan dan harapan anggota, sehingga layanan yang diberikan belum cukup kuat untuk meningkatkan loyalitas mereka.

Selain itu, pembentukan citra perusahaan yang positif sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Temuan tersebut juga selaras dengan penelitian (Widiyastuti et al., 2023), studi itu menunjukkan bahwa citra perusahaan mempunyai peran dalam membentuk loyalitas anggota. Penelitian lain (Sholichin, 2023) pada BMT UGT Nusantara yang juga mengidentifikasi bahwa citra perusahaan memengaruhi loyalitas nasabah.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya keterkaitan antara kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, kepuasan, dan loyalitas. penelitian yang dilakukan Miftah Firdaus & Achyani (2024) membuktikan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lusi Mariana, Faisal, & Sukarna (2022) yang juga menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, hasil tersebut

mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga akan berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah maupun anggota. Selain itu, riset I M. W. Jayananda (2022) menemukan bahwa citra perusahaan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin baik reputasi perusahaan di mata anggota, maka kepuasan yang mereka rasakan juga akan semakin tinggi. ditemukan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, di mana semakin baik reputasi perusahaan di mata anggota, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan anggota tersebut. Namun, berbeda dengan hasil riset Wulandari (2024) mengemukakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, kepuasan ditempatkan sebagai variabel intervening yang berfungsi sebagai penghubung antara variabel independen dan variabel dependen. Penggunaan variabel intervening ini bertujuan untuk menjelaskan mekanisme hubungan antarvariabel secara lebih mendalam. Dengan adanya kepuasan sebagai variabel perantara, pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen tidak berlangsung secara langsung, tetapi terlebih dahulu melalui terbentuknya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota. Dengan demikian, kepuasan menjadi faktor penting yang menjembatani hubungan antara variabel-variabel tersebut (Sugiyono, 2012). Sejumlah temuan empiris menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai peran kepuasan sebagai variabel intervening masih menunjukkan perbedaan, sehingga belum memberikan kesimpulan yang

seragam. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan Subiyanto (2025) yang menemukan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu, Zuhrotun Nisa (2024) juga mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel perantara dalam hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi loyalitas anggota terhadap produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. Kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan merupakan faktor yang memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan anggota. Tingkat kepuasan yang tinggi selanjutnya dapat mendorong terbentuknya loyalitas anggota terhadap produk maupun lembaga. Di tengah persaingan lembaga keuangan syariah yang semakin kompetitif, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan karena dapat memberikan bukti empiris mengenai peran kepuasan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kepercayaan anggota, membangun citra perusahaan yang positif, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan anggota.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.”**

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?

5. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?
6. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (Siharfi) di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan?
7. Apakah kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
8. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota ?
9. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota?
10. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota.

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota pada produk SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota pada produk SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota pada produk SIHARFI di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
6. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
8. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
9. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.
10. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Kradenan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Riset ini bertujuan guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman, yang diharapkan dapat berfungsi sebagai fondasi dalam pengembangan metode pembelajaran implementasi program pembiayaan di bank syariah. Selain itu, temuan ini juga menghasilkan nilai tambah ilmu pengetahuan di sektor perbankan.

2. Manfaat Praktis

Kontribusi dari pelaksanaan riset ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak terkait, yaitu:

a. Bagi Mahasiswa

Berfungsi memperluas pengetahuan mengenai industri lembaga keuangan syariah. Manfaat lainnya adalah mengetahui adanya entitas keuangan yang memberikan pelayanan berdasarkan kepatuhan syariat islam.

b. Bagi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan untuk dijadikan acuan dalam merencanakan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah anggota dan kebijakan perusahaan terutama yang berhubungan dengan kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengembangkan pengalaman dan materi yang telah didapat di perkuliahan dan sebagai pengetahuan serta uji coba untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya. Serta memberikan informasi terkait seberapa berpengaruhnya variabel intervening untuk memperkuat pemahaman hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) pada penelitian ini.

E. Sistematika Pembahasan

Agar isi pembahasan lebih mudah dan jelas dipahami, laporan penelitian ini disusun secara sistematis menjadi lima bab. Setiap bab tersebut mencakup beberapa subbab pembahasan yang terstruktur. Sistematika penulisan laporan penelitian ini disajikan dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian awal yang memuat latar belakang masalah. Bagian ini berfungsi untuk menjelaskan alasan dan penyebab munculnya isu utama yang menjadi fokus riset. Setelah penjelasan isu, bab ini melanjutkan dengan rumusan masalah, yang bertindak sebagai penegasan dan spesifikasi pokok permasalahan yang telah diidentifikasi. Bab ini juga mengenai tujuan dan manfaat penelitian untuk menilai sejauh mana penelitian ini berpotensi menghasilkan temuan yang bersifat teoritis maupun praktis, serta diakhiri dengan penjelasan mengenai alur pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teoritis yang menjadi dasar keilmuan penelitian. Uraian teoritis berfokus pada variabel independen dan variabel dependen yang dikaji dalam studi ini. Variabel bebas yang dibahas mencakup kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas anggota. Selanjutnya, dibahas temuan-temuan studi terdahulu yang memiliki keterkaitan sebagai acuan dan pembanding. Bab ini juga menyajikan kerangka berpikir dan rumusan hipotesis yang menjadi dasar dalam membangun arah dan fokus penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi seluruh metodologi dan teknik yang diimplementasikan sepanjang pelaksanaan riset diuraikan secara mendetail. Bagian ini menjabarkan prosedur yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Pembahasan ini merangkum jenis pendekatan dan tipe penelitian, lokasi atau setting studi, variabel-variabel yang diinvestigasi, penentuan populasi dan sampel, serta teknik pengambilan sampel. Selain itu, dijelaskan pula instrumen yang diterapkan, teknik pengumpulan data, serta prosedur pengolahan dan analisis data yang dilakukan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan terkait jawaban atas rumusan masalah penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan penelitian, keterbatasan yang ditemukan, serta saran yang didasarkan pada hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka didapat kesimpulan:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota menggunakan produk Siharfi.
2. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Anggota menggunakan Siharfi
3. Citra Perusahaan berpengaruh signifikan tetapi berarah negatif terhadap Loyalitas Anggota menggunakan produk Siharfi.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan produk Siharfi.
5. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota menggunakan produk Siharfi.
6. Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota menggunakan produk Siharfi.
7. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota menggunakan produk Siharfi.
8. Kepuasan mampu memediasi pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Anggota.
9. Kepuasan mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota.

10. Kepuasan mampu memediasi pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota.
11. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh variabel kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan sebesar 17,7%. Sedangkan pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan sebesar 65%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya variabel intervening dapat meningkatkan nilai *Adjusted R Square* dari 17,7% menjadi 65%, yang berarti kepuasan membantu menjelaskan lebih banyak variasi dalam loyalitas anggota untuk menggunakan produk Siharfi. Dengan kata lain, kepuasan membuat hubungan antara kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan dengan loyalitas anggota menjadi lebih kuat dan signifikan.

b. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses pengumpulan data yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Jawaban yang diberikan responden tidak selalu mencerminkan kondisi atau pendapat yang sesungguhnya karena dipengaruhi oleh perbedaan persepsi, pemahaman, dan cara berpikir masing-masing individu. Di samping itu, tingkat kejujuran responden dalam memberikan jawaban juga berpotensi memengaruhi keakuratan data yang diperoleh, sehingga dapat berdampak pada hasil penelitian.

2. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah objek penelitian hanya berfokus pada satu lembaga, yaitu KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat dijadikan sebagai gambaran umum bagi seluruh koperasi syariah lainnya karena masing-masing lembaga memiliki karakteristik, sistem pengelolaan, dan kondisi operasional yang berbeda.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya secara lebih menyeluruh dan komprehensif.

c. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian pada koperasi syariah dengan cakupan wilayah yang berbeda atau lebih luas. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian dapat dijadikan pembandingan dengan penelitian ini. Selain itu, disarankan untuk menambah variabel lain dalam penelitian sejenis. Penambahan variabel tersebut penting, karena dimungkinkan ada variabel lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap loyalitas dan kepuasan anggota menggunakan produk Siharfi di KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan.

2. Bagi KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan

KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Kradenan disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan dalam operasionalnya. Penerapan kepercayaan, pelayanan yang ramah dan responsif, serta keterbukaan informasi diharapkan dapat meningkatkan kepuasan anggota dan memperkuat loyalitas anggota dalam jangka panjang



DAFTAR PUSTAKA

- A'yunina, H. (2020). *Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Murabahah (Studi Kasus di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera)*. IAIN Tulungagung.
- Abshor, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/11805/0%0Ahttps://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/download/11805/2090>
- Achmad, R. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada koperasi BMT Masalahah KC Gondang Wetan Pasuruan)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Afifah, L. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)*. UIN K.H Syaifuddin Zuhri Purwokerto.
- Afrilia, R., Lestari, A. I., & Wahyuni, A. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Binjai Sudirman. *ManBiz: Journal of Management and*

Business, 3(1), 166–179. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.5050>

Afriyanti, N. (2021). Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. In *CV. Brimedia Global*.

Ana Fitriyatul Bilgies, Ali Muhajir, L. N. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 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>

Anggraeni, V. N. (2020). *PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY (KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN KOMITMEN) TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KSPPS SURYA UTAMA NUSANTARA MAJENANG*. IAIN Purwokerto.

Anisah, A., Dwiyaniti, S., Suminah, S., Hanip, H., & Laksana, A. (2024). Upaya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Abdi Kerta Raharja Untuk Meningkatkan Citra Positif terhadap Masyarakat di Tengah Persaingan dengan Kompetitor. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 125–134. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>

Arif, M. S. Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.

Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance

Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'ah*, 9(1), 21–44.
<https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>

Atsna, Z. (2024). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Pada KSPPS NU Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)*.

Cholida, A. Y. (2022). *Respon Nasabah Terhadap Merger Tiga Bank Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Ponorogo*.
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/19120/>

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia.

Endaryono, B. T., Ar Rasyid, L., & Setiawati, Y. H. (2019). Peranan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Masyarakat. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 1(1), 76–87. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v1i1.70>

Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22–38. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>

Fathiatur, N. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data & Network Science*, 7(1), 329–340.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Erlangga.
- Hasan, M. & F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di Kpri Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(1), 166–185. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8002>
- Herlina, H., & Diputra, T. T. (2018). Implementasi Rumus Sobel Pada Web Dengan Topik Regresi Linier Menggunakan Variabel Intervening. *Jurnal Algoritma, Logika Dan Komputasi*, 1(1), 19–24. <https://doi.org/10.30813/j-alu.v1i1.1106>
- I Gede Agus Prananda Kusuma, I. G. P. K., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Bayu Sudana di Tabanan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(6), 1168–1177.
- I M. W. Jayananda, I. N. S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dharma Sari Bumi Pagutan. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 53–62. <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i2.2205>
- Izzudin, K. M. (2024). Pengaruh kualitas layanan islami dan kepercayaan terhadap

- kepuasan anggota koperasi jasa keuangan syariah BMT Buana Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General (JIEIG)*, 3(1).
- Janna, N. M. & H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Jumaedi. (2024). *Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada KSPPS BMT Nurussa'adah di Tirto Pekalongan*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Karwur, H. S. L., Mangantar, M., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian IPC Tumpaan di Desa Pinamorongan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1718–1727.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2535. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Kuncoro, E. P. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Kspps. *Jurnal Competency Of Business*, 7(1), 181–189.
- Kurnianto, D., & Kharisudin, I. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Variabel Intervening Organizational Citizenship Behavior. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 5, 740–751.

- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lusi Mariana, Faisal, Sukarna, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 124–144. <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.52>
- Maharani, I. S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(1), 298–310.
- Mardani, D. A., & Gunawati, R. (2020). Apakah Religiusitas sebagai Faktor Penarik Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BMT Idrisiyyah Tasikmalaya). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 62–67. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.79>
- Masrokhah, S. & S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Assholeh*, 25(1), 19–32.
- Meinarni, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Penanganan Konflik Nasabah Dan Komunikasi Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Martabak Mandiri Tegal*. (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 16–24. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>

- Miftah Firdaus, M. Z., & Achyani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada Koperasi Syariah Binama Weleri. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 767–775. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5373>
- Minor, J. C. M. & M. (2002). *Perilaku Konsumen (5 Jilid 1)*. Erlangga.
- Monica, A. C., & Arafah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Mandiri Kc Medan Aksara). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1((1)), 639–648.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif*. CV. Jakad Media Publishing.
- Musfiroh, A. N. L. & M. F. S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. 2, 50–64.
- Naafi, A. K. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Pasca Merger Di Kabupaten Klaten*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nendy Yuliarrani, Dovina Navanti, F. D. S. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 152–166. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3484>

- Ni Made Handika Dewi, A. A. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 412–425.
- Nindi Ardhita Stefani, Putri Agustin, Sholichin Nur Endratno, D. Z. T. (2025). *Model Cooperative Learning Tipe Jigsaw: Solusi Efektif Pendidikan Pancasila SD*. 2(1), 1393–1398.
- Oktavia, Y. A. (2023). *Peran Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada Baitul Maal Tamwil (BMT) Ar-Ridho Trenggalek*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Ovilini, D., & Malasari, D. D. (2025). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada CU Keling Kumang. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 6(1), 49–59.
- Pratiwi, M. (2021). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada BMT Al-Amal Kota Bengkulu) [UIN Fatmawati Sukarno]. In *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/6796>
- Putri, S. Z. E., Widarko, A., & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Penanganan Keluhan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Shavira Catering & Service). *E-JRM: E-Jurnal Riset Manajemen*,

10(09), 24–45. www.fe.unisma.ac.id

Rachmat Tri Yuli Yanto, S. D. A. (2023). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Paket Pos Kilat Khusus PT Pos Indonesia (PERSERO)*. 13(1), 65–76.

Ramadhan, M. I. (2022). *Pengaruh Biaya, Angsuran, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Syariah (Studi pada Koperasi Syariah Mitra Niaga Lambaro Aceh Besar)* [UIN Ar-Raniry].
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Rudy Haryanto. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*.
[http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen Pemasaran Bank Syariah %28Rudy Haryanto%29B5.pdf](http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen_Pemasaran_Bank_Syariah_%28Rudy_Haryanto%29B5.pdf)

Setiawati, S. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581-1590. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308>

Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui e-trust sebagai variabel mediasi (Studi pada pengguna situs Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251–260.

Sholichin, A. F. H. (2023). *Pengaruh kualitas Pelayanan, citra perusahaan dan ikatan emosional terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening di Koperasi BMT UGT Nusantara*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Subiyanto, Tri Bagus, Arik Susbiyani, Ni Nyoman Putu Martini, N. Q. (2025). Mediation Satisfaction: The Role of Service Quality and Trust to Increasing Customer Loyalty in Bank Industries. *Ilomata International Journal of Management*, 6(4), 1633–1654.
<https://scholar.archive.org/work/sy63srah7bdsfaghtihpmxpqy/access/wayback/https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/download/302/222>

Sugiyono, P. . (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sumertana, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Water Park Seririt Singaraja Tahun 2014-2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1–10.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/7687>

Sundari, A'yuni, D. S., Muawanah, & Rofikoh, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 41–52.
<http://ejournal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/view/28%0Ahttp://ejournal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/download/28/16>

- Sundari, E. (2021). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam*. CV. Adanu Abimata.
- Syahputra, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(2), 82–94. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i2.439>
- Syuhada, & Rohmatin, L. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT Mandiri Artha Sejahtera. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 6(1), 46–56. <http://ejurnal.unisda.ac.id/index.php/adilla/article/view/3759%0Ahttp://ejurnal.unisda.ac.id/index.php/adilla/article/download/3759/2392>
- Ulva Septiani Sutrisno, S. W. U. & E. N. (2017). Pengaruh Produk Btpn Wow Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 818–835.
- Wemben, F. V., Mananeke, L., & Roring, F. (2020). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Upc Tanjung Batu.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 1119–1128. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31516>
- Widiyastuti, A., Priyono, S., & Sukirjo, S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Loyalitas Anggota. *Aktiva : Jurnal Manajemen*

Dan Bisnis, 3(1), 8–13. <https://doi.org/10.56393/aktiva.v3i1.1486>

Wijaya, Y. A., & Sudarmi. (2023). Efektivitas Syariah Marketing dan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Anggota BMT-UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare-Kediri. *EKSYA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 1(1), 46–59.

Wulandari, D. R. (2024). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Wilayah Kota Tangerang Selatan)*. UIN Syarih Hidayatullah Jakarta.

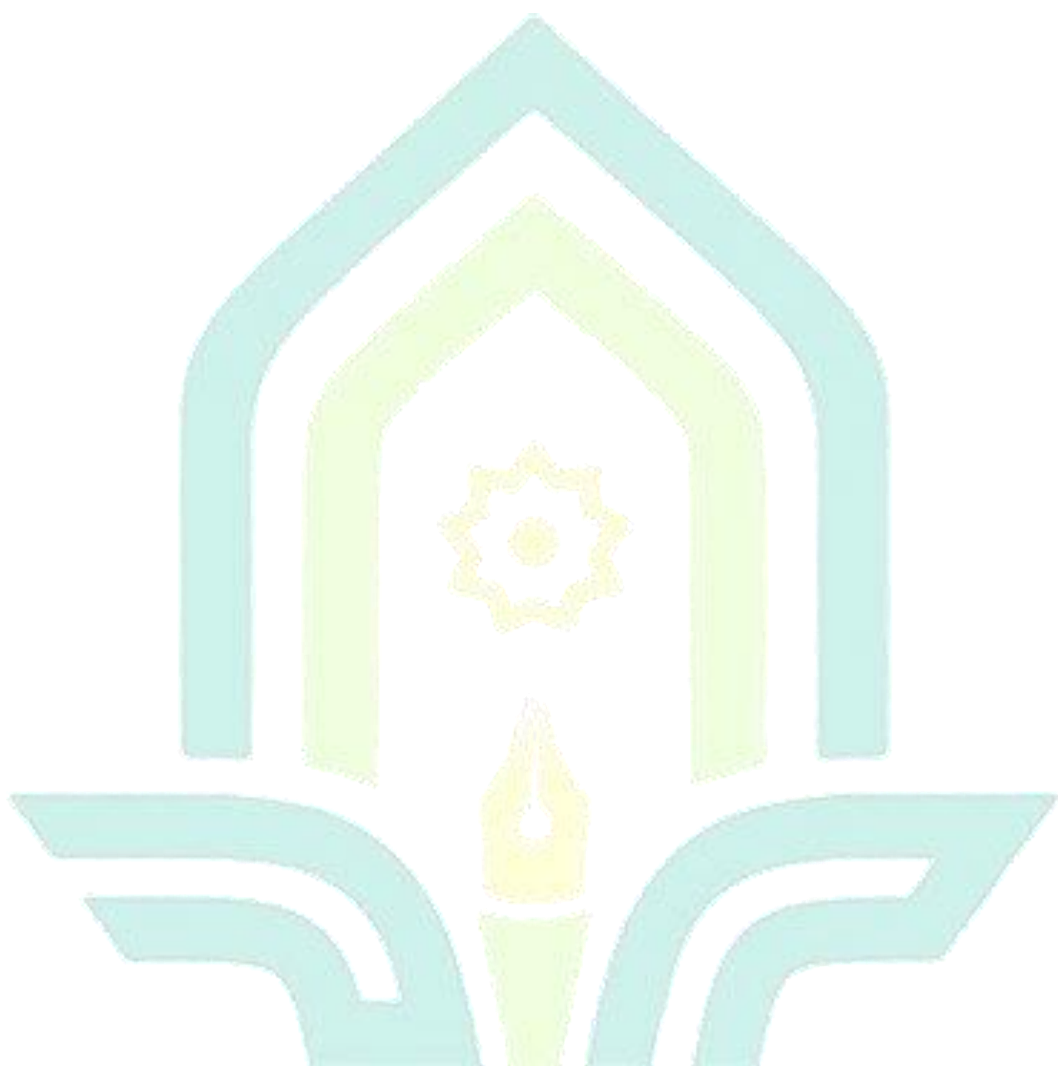
Yasin, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada KSPPS BMT KARISMA Magelang)*. Universitas Muhammadiyah Magelang.

Yulianingsih, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. *ELESTE : Economic Skill Journal*, 2(2), 196–203.

Zuhrotun Nisa, I. H. (2024). Pengaruh serqual, corporate image terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel mediasi: Studi pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. KCP Genteng Banyuwangi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 4254–4266.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan

Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 87–110.



Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Mega Murni Handayani
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 02 Juli 2002
3. Alamat Rumah : Desa. Kayugeritan, Kec. Karanganyar
4. Nomor Handphone : 085741093334
5. Email : megamurni848@gmail.com
6. Nama Ayah : Rahdiharjo
7. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
8. Nama Ibu : Rokhaeni
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N 01 Kayugeritan (2009-2015)
2. SMP : SMP Negeri 1 Wonopringgo (2015-2018)
3. SMA : SMA Negeri 1 Kajen (2018-2021)

