

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN,  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
ANGGOTA PADA PRODUK SIMPANAN HARI RAYA IDUL  
FITRI (SIHARFI) DI KSPPS SM NU  
CABANG WARUNGASEM**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**M. FAQIHUL HUDA**

**NIM. 4218088**

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

**2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN,  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
ANGGOTA PADA PRODUK SIMPANAN HARI RAYA IDUL  
FITRI (SIHARFI) DI KSPPS SM NU  
CABANG WARUNGASEM**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**M. FAQIHUL HUDA**

**NIM. 4218088**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M. Faqihul Huda

NIM : 4218088

Judul Skripsi : **Pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.**

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar benarnya.

Pekalongan, 31 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



M. Faqihul Huda

NIM. 4218088

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdr. M. Faqihul Huda

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid  
Pekalongan  
c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : **M. Faqihul Huda**  
NIM : **4218088**  
Judul Skripsi : **Pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.**

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 31 Agustus 2023

Pembimbing



**Ria Anisatus Sholihah, S.E., Ak., MSA., CA**  
NIP. 19870630201801 2 001



## PENGESAHAN

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

Nama : M. Faqihul Huda  
NIM : 4218088  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra  
Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk  
Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS  
SM NU Cabang Warungasem.  
Dosen Pembimbing : Ria Anisatus Sholihah, S.E.,Ak.,MSA.,CA.

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 23 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

### Dewan Penguji

Penguji I

**Muhammad Nasrullah, M.S.I.**  
NIP. 198011282006041003

Penguji II

**Ulfa Kurniasih, M.Hum.**  
NIP. 199310012020122027

Pekalongan, 23 Oktober 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H.**  
NIP. 197502201999032001

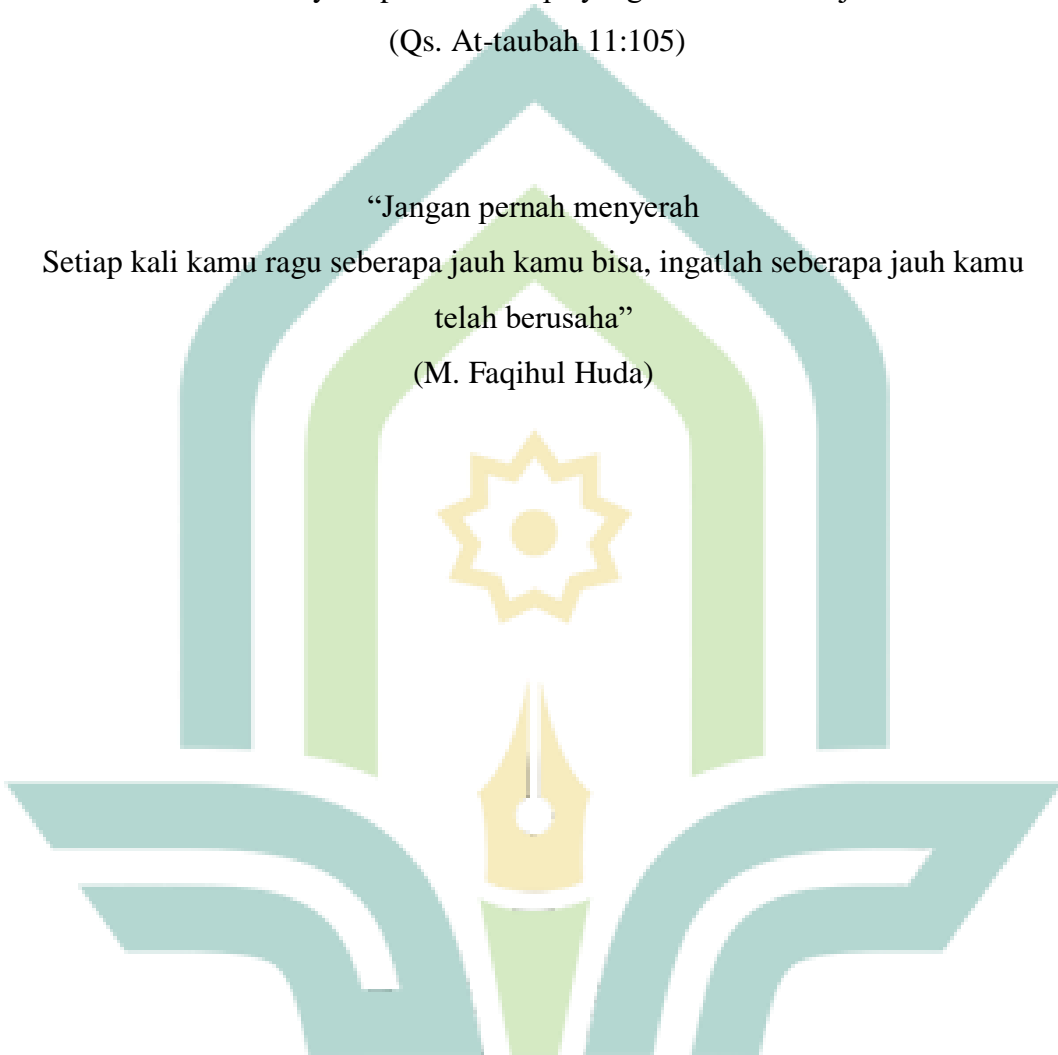
## MOTTO

“Dan katakanlah (Nabi Muhammad), Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

(Qs. At-taubah 11:105)

“Jangan pernah menyerah  
Setiap kali kamu ragu seberapa jauh kamu bisa, ingatlah seberapa jauh kamu telah berusaha”

(M. Faqihul Huda)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 KH. 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 meteril 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 Murodi dan Ibu Rita yang selalu mendoakan serta mendukung dalam penyelesaian Skripsi.
2. Kakak dan adikku, Indra Maulana, S.M dan Zimam Khanifun Nusuk yang senantiasa meberikan motivasi dan selalu memberikan dukungan.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing skripsiku Ibu Ria Anisatus Sholihah, S.E., Ak., MSA., CA yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu serta orang yang dekat

denganku yang telah memberi semangat dan membatu ku.

6. Teman-teman angkatan 2018 Jurusan Perbankan Syariah yang telah membantu dan memberi semangat.





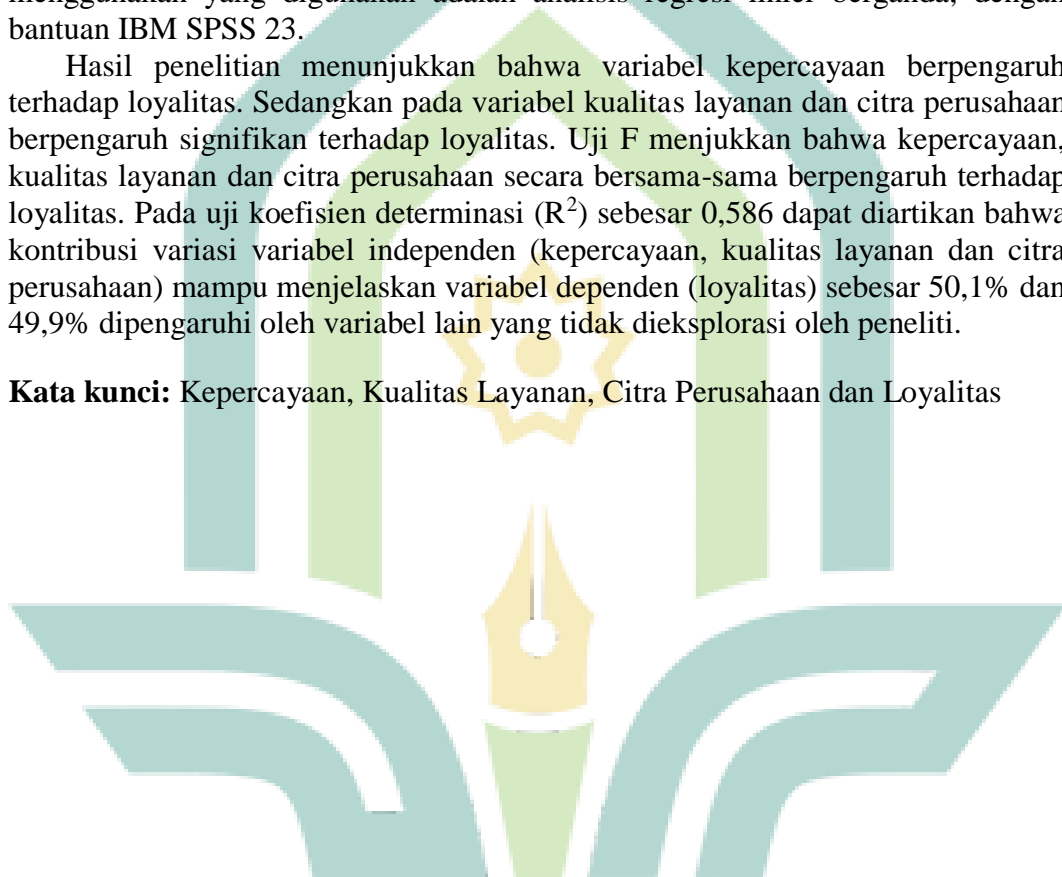
## ABSTRAK

### **M. FAQIHUL HUDA. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem. Jenis penelitian yang diterapkan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan memberikan kuesioner kepada anggota produk Simpanan Hari Raya (SIHARFI) dengan sampel terdiri dari 82 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan bantuan IBM SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas. Sedangkan pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Uji F menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas. Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,586 dapat diartikan bahwa kontribusi variasi variabel independen (kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan) mampu menjelaskan variabel dependen (loyalitas) sebesar 50,1% dan 49,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dieksplorasi oleh peneliti.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas



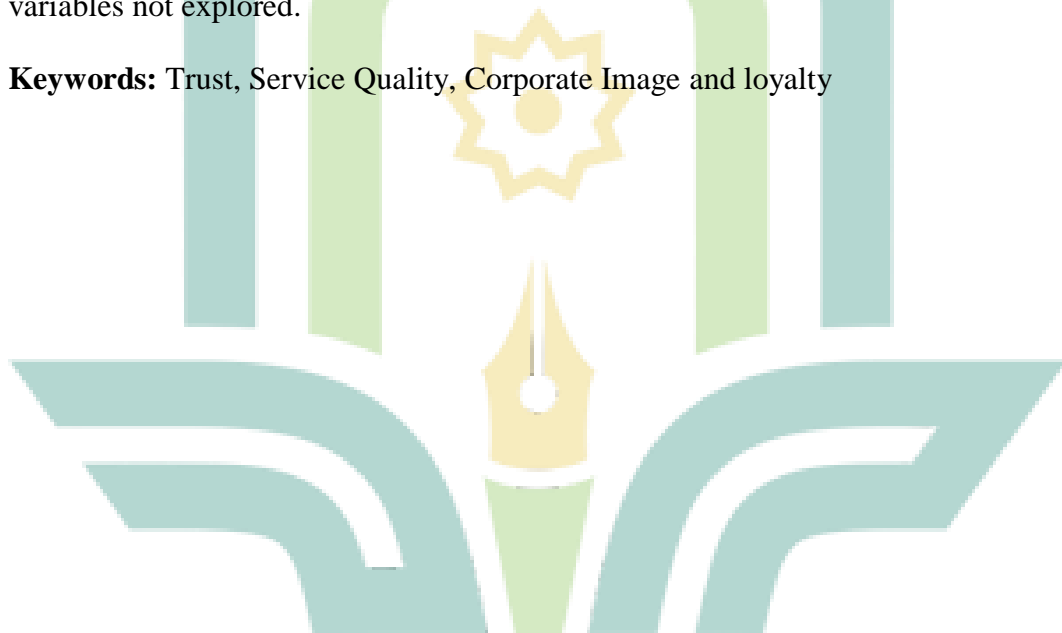
## ABSTRACT

**M. FAQIHUL HUDA. The Effect of Trust, Service Quality and Corporate Image on Member Loyalty of Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) product in KSPPS SM NU Warungasem.**

This research aims to find out the influence of trust, service quality and corporate image on member loyalty of Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) product in KSPPS SM NU Warungasem. The type of research applied using field research with a quantitative approach. The source of data used in this study is primary data by giving questionnaires to members of Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) products with simple consisting of 82 respondents. Sampling technique using accidental sampling. The data analysis technique used in multiple linear regression analysis, with the analysis assistance SPSS program version 23.

The result of research showed that variables of trust and corporate image have positive and significant effect on loyalty. While on the variable service quality has no significant effect on loyalty. F test showed that trust, service quality and corporate image together affect loyalty. The coefficient of determination test ( $R^2$ ) of 0,589 can be interpreted that the contribution of the variation of the independent variable (trust, service quality and corporate image) is able to explain the dependent variable (loyalty) of the 50,1% and 49,9% is influenced by other variables not explored.

**Keywords:** Trust, Service Quality, Corporate Image and loyalty



## KATA PENGANTAR

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

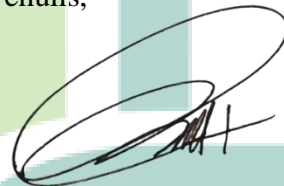
1. Bapak Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamammudin, M M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shultoni, Lc., MA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Ria Anisatus Sholihah, S.E., Ak., MSA., CA selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid M.M selaku Wali Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Pihak KSPPS SM NU Warungasem yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini

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

Pekalongan, 31 Agustus 2023

Penulis,



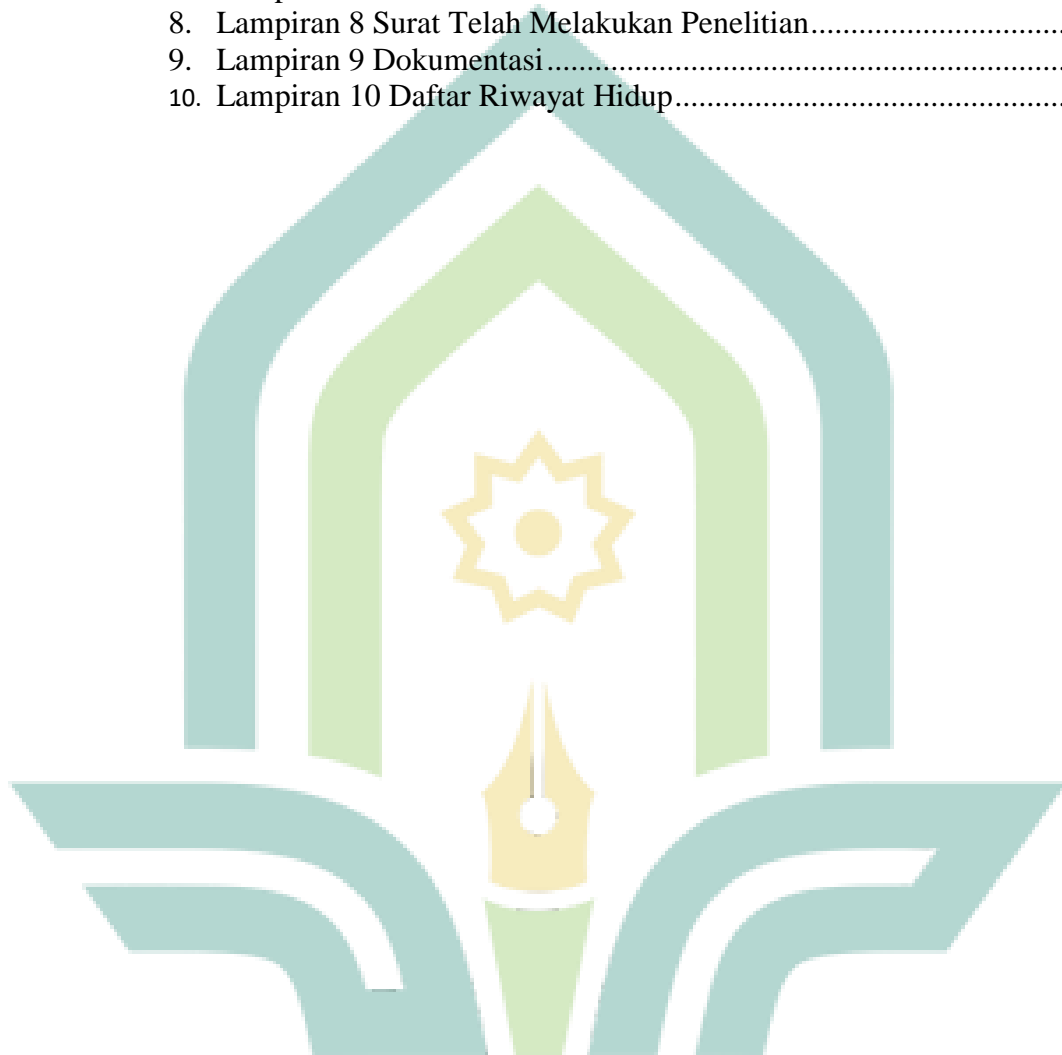
M. Faqihul Huda

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
1. Relationship Marketing Theory .....	10
2. Loyalitas.....	11
3. Kepercayaan.....	14
4. Kualitas Layanan .....	16
5. Citra Perusahaan .....	20
B. Tinjauan Pustaka.....	24
C. Kerangka Berfikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian.....	33
E. \	
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	38
B. Setting Penelitian.....	38
C. Variabel Penelitian .....	39
D. Definisi Oprasional.....	42
E. Sampel dan Teknik Pengambilan Sempel .....	44
1. Populasi.....	44
2. Teknik Pengambilan Sempel .....	44
F. Sumber Data .....	45
G. Metode Pengumpulan Data .....	45
H. Metode Analisis Data .....	46
1. Uji Instrumen .....	46
a. Uji Validitas .....	46

b. Uji Reliabilitas.....	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Heteroskedesitas.....	48
c. Uji Multikolinieritas.....	49
d. Uji Linieritas.....	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4. Uji Hipotesis.....	51
a. Uji Parsial (T).....	51
b. Uji Simultan (F).....	51
c. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	51
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Deskripsi Data.....	53
1. Deskripsi Data Penelitian.....	53
2. Karakteristik Responden.....	53
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
b. Responden Berdasarkan Usia.....	54
c. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
d. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
e. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
f. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota.....	59
B. Analisis Data.....	60
1. Uji Instrumen.....	60
a. Uji Validitas.....	60
b. Uji Reabilitas.....	61
2. Uji Asumsi Klasik.....	62
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Heteroskedesitas.....	63
c. Uji Multikolinieritas.....	64
d. Uji Linieritas.....	65
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4. Uji Hipotesis.....	69
a. Uji Parsial (T).....	69
b. Uji Simultan (F).....	71
c. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	72
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	73
1. Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Loyalitas.....	73
2. Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Loyalitas (Y).....	74
3. Pengaruh Citra Perusahaan (X3) Terhadap Loyalitas (Y).....	76
4. Pengaruh Kepercayaan (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Citra Perusahaan (X3) Terhadap Loyalitas (Y).....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Simpulan.....	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	80

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
1. Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	I
2. Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner .....	VI
3. Output Uji Instrumen .....	XI
4. Output Uji Asumsi Klasik .....	XV
5. Output Analisis Regresi Linier Berganda .....	XVIII
6. Output Uji Hipotesis .....	XIX
7. Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	XX
8. Lampiran 8 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXI
9. Lampiran 9 Dokumentasi.....	XXII
10. Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	XXIV



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

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 0.1**

**Tabel Transliterasi Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	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	Žal	Ž	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	Za	z	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*.

### 1. Vokal Tunggal

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

**Tabel 0.2**  
**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 harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

**Tabel 0.3**  
**Tabel Transliterasi Vokal Rangkap**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِو...	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 0.4**  
**Tabel Transliterasi Maddah**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
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 harakat sukun, transliterasinya adalah "h".



## 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 |
| - شَيْءٌ    | 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 مَرْسَاهَا      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
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān  
arrahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu

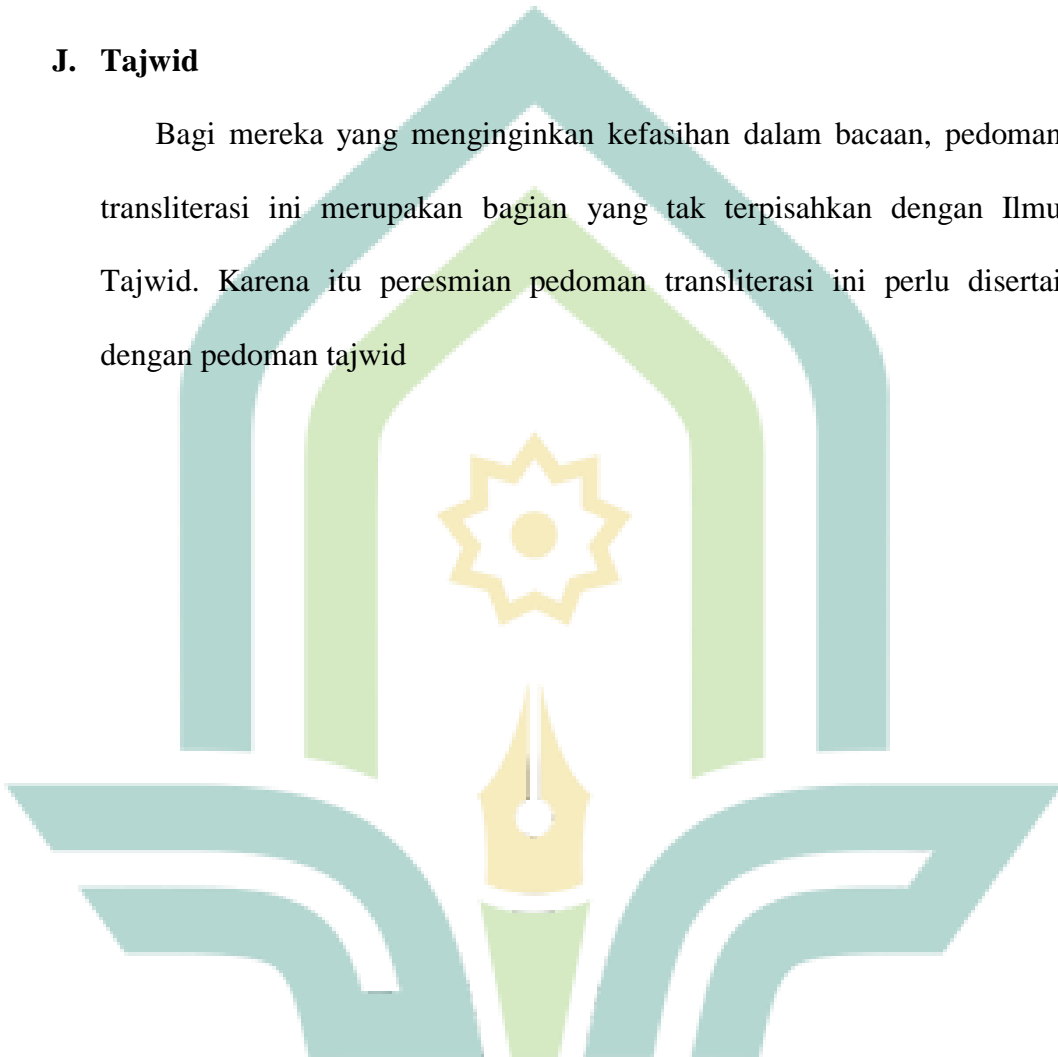
disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

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

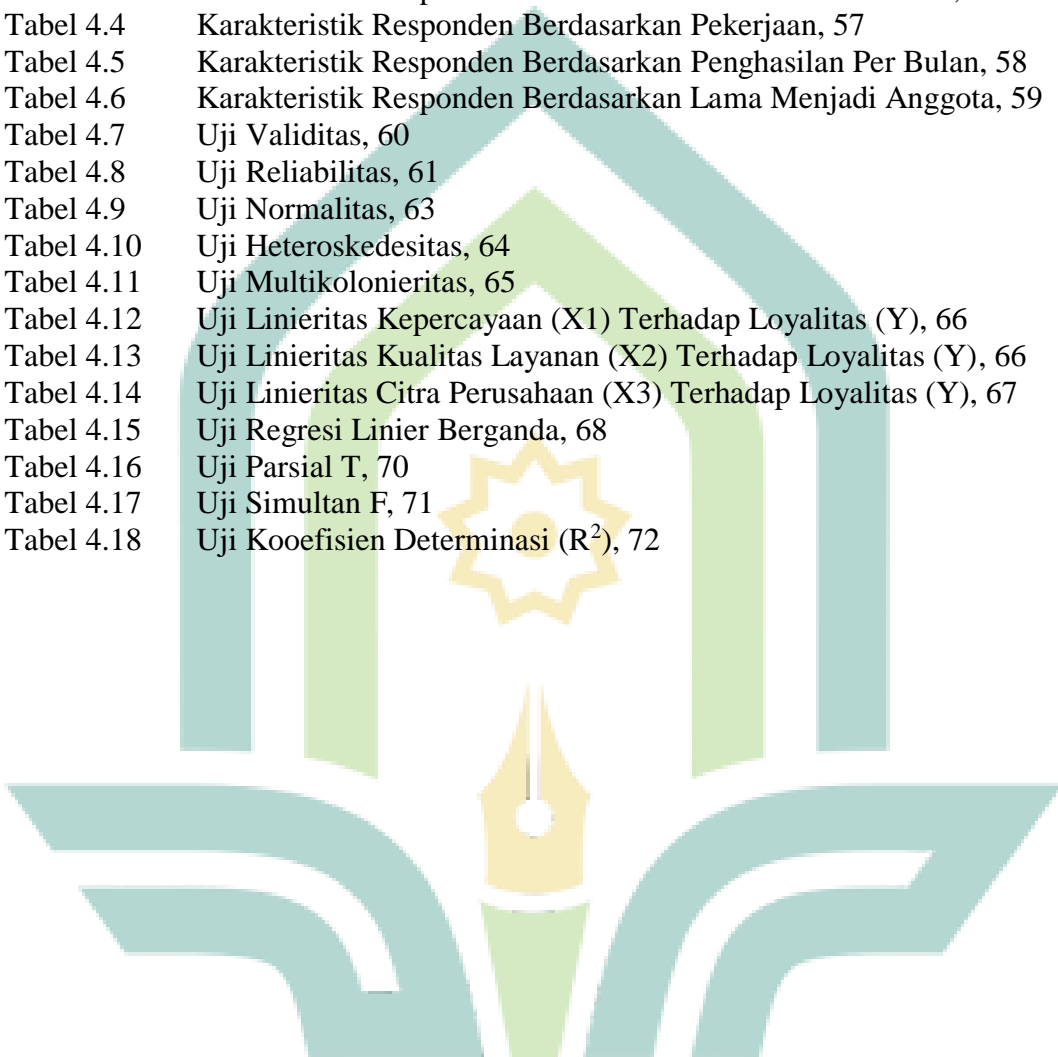
## J. Tajwid

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	Data Anggota produk Simpanan Hari Raya (SIHARFI), 3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 25
Tabel 3.1	Definisi Operasional, 42
Tabel 3.2	Skala Likert, 46
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan, 58
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota, 59
Tabel 4.7	Uji Validitas, 60
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas, 61
Tabel 4.9	Uji Normalitas, 63
Tabel 4.10	Uji Heteroskedesitas, 64
Tabel 4.11	Uji Multikolonieritas, 65
Tabel 4.12	Uji Linieritas Kepercayaan (X1) Terhadap Loyalitas (Y), 66
Tabel 4.13	Uji Linieritas Kualitas Layanan (X2) Terhadap Loyalitas (Y), 66
Tabel 4.14	Uji Linieritas Citra Perusahaan (X3) Terhadap Loyalitas (Y), 67
Tabel 4.15	Uji Regresi Linier Berganda, 68
Tabel 4.16	Uji Parsial T, 70
Tabel 4.17	Uji Simultan F, 71
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), 72





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian, 33



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket atau Kuesioner, I
- Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner, VI
- Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen, X
- Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik, XIV
- Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda, XVII
- Lampiran 6 Uji Signifikasi, XVIII
- Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian dari Kampus, XIX
- Lampiran 8 Surat Telah Melakukan Penelitian dari Lembaga, XX
- Lampiran 9 Dokumentasi, XXI
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XXIII



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini bergerak sangat cepat dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya dalam membantu melayani masyarakat luas karena perkembangan pesat industri keuangan syariah dalam beberapa tahun terakhir. Dalam hal ini, bank dan lembaga keuangan lainnya harus melakukan berbagai prosedur yang tidak standar guna menstabilkan pasar. Sehingga, dapat menjadi referensi utama pelanggan atau anggota yang berujung pada kepuasan dan loyalitas. Jika melihat dari latar belakang koperasi syariah dan kegiatan yang terkait, yaitu lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan mikro, maka tidak ada persoalan yang tidak sesuai dengan hukum Islam. Organisasi ini sejalan dengan ajaran agama Islam. Namun, harus ada pemeliharaan dan optimalisasi sistem, yang harus diawasi oleh Riba, Maysir, Ghoror, atau Batil (Hendi, 2002).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan usaha mandiri yang berfokus pada meningkatkan produktivitas usaha dan investasi untuk memajukan kualitas aktivitas ekonomi. Selain itu, Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPPS) dapat menghimpun zakat, infak dan sedekah, serta menerima pembayaran tergantung status dan peraturannya. (Lukmanudin, 2019)

Oleh karena itu, keberadaan KSPPS dapat memiliki dua tujuan, yaitu dapat berfungsi sebagai wadah pengumpulan sumbangan amal contohnya zakat, infak, sedekah, dan wakaf, serta bisa berperan sebagai lembaga investasi produktif seperti bank. Fungsi kedua menjelaskan bahwa selain sebagai lembaga keuangan, KSPPS juga merupakan lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan yang bertugas mempercayakan dana dari masyarakat atau anggota KSPPS yang disimpan di KSPPS dan mengalirkan dana kepada masyarakat (Anggota KSPPS) yang diberikan pinjaman oleh KSPPS. (Lukmanudin, 2019)

Salah satu lembaga Keuangan Mikro berprinsip syariah (LKMS) yang dapat menjaga eksistensinya di Pekalongan yaitu Koprasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah SM NU Pekalongan yang selanjutnya disebut KSPPS SM NU Pekalongan. Merupakan lembaga koperasi simpan pinjam berprinsip syariah yang didirikan pada tanggal 29 Agustus 2004 oleh beberapa orang yang aktif sebagai pengurus Cabang NU Kota Pekalongan dan sampai sekarang KSPPS SM NU Pekalongan telah memiliki cabang kantor pelayanan yang tersebar di berbagai kecamatan di Pekalongan, Batang dan Pemalang dan sudah memiliki izin badan hukum dengan nomor 180/135/2004/tanggal 1 Oktober 2004.

KSPPS SM NU Warungasem merupakan cabang dari KSPPS SM NU Pekalongan yang memiliki produk simpanan, yang paling terkenal adalah Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri atau SIHARFI. Tabungan atau simpanan Hari Raya Idul Fitri atau SIHARFI adalah salah satu bentuk

simpanan tunai, dimana koperasi sebagai pihak yang dititipkan dapat mengambil manfaat dari barang titipan dalam hal penggunaan barang titipan tersebut, penerima titipan hanya dapat memperoleh keuntungan atau memperoleh hasil, tetapi pihak yang ditugasi atau dibantu tidak dapat menuntut hasil atau keuntungan tersebut. KSPPS SM NU Cabang Warungasem aplikasinya memberikan bonus kepada nasabah pada akhir periode. Produk simpanan hari raya idul fitri (SIHARFI) ini merupakan simpanan yang diminati banyak nasabah.

Berikut ini perkembangan jumlah Anggota Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.

**Tabel 1.1**

**Data Anggota Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI)**

<b>NO</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
1	2021	898
2	2022	1.047
3	2023	1.382

*Sumber: KSPPS SM NU Warungasem, 2023*

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam 3 tahun terakhir jumlah anggota pada produk Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem tiap tahunnya mengalami peningkatan, Dari tahun 2021 hingga 2022, terjadi peningkatan sekitar 16%, sementara pada tahun 2023, tercatat kenaikan sekitar 31%. Selain itu, dapat diketahui bahwa anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) merupakan anggota yang loyal atau menunjukkan kesetiaan yang kuat, karena setiap tahunnya tidak mengalami

penurunan jumlah anggota. Walaupun jumlah anggota terus meningkat, tidak menjadikan KSPPS SM NU Cabang Warungasem merasa puas dengan hasil tersebut. Melainkan selalu berusaha meningkatkan pelayanan sebagai upaya agar KSPPS SM NU Cabang Warungasem lebih berkembang kedepannya.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah, antara lain yaitu pengaruh kepercayaan, kualitas layanan pelanggan dan citra perusahaan. Hubungan yang erat terjalin antara kepuasan anggota dan kualitas layanan yang disediakan, karena kualitas merupakan sarana untuk menunjukkan kepuasan pelanggan kepada perusahaan. Maka dari itu, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Customer service diberikan kepada nasabah dengan tujuan menjaga kepercayaan nasabah dan mengurangi rujukan nasabah ke bank lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2020) mendeskripsikan tentang kepercayaan konsumen sebagai segala informasi yang dimiliki konsumen dan juga segala pertimbangan konsumen terkait objek, simbol, dan manfaat. Pengalaman yang mampu menghasilkan sikap positif terhadap konsumen, dapat menciptakan kepercayaan. Pendapat ini didukung oleh peneliti A'yunina (2020) dari hasil penelitiannya yang dilakukan di dua tempat, ditemukan perbedaan hasil penelitian pada variabel kepercayaan terhadap loyalitas. Pada BMT Istiqomah kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah pembiayaan

murabahah. Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa kepercayaan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang baik dapat membantu nasabah merasa aman saat melakukan transaksi berulang. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan pada KSPPS Baitul Izza Sejahtera, variabel kepercayaan secara persial tidak mempengaruhi loyalitas anggota. Dari hasil penelitian tersebut diartikan bahwa walaupun nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi namun loyalitas nasabah belum tentu akan mengalami kenaikan juga.

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

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian Suranto (2018). Berdasarkan hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah di BMT Kube Sejahtera Surakarta. Kondisi tersebut menegaskan bahwa semakin baik layanan yang dihasilkan, maka dapat memperkuat loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian dari Fitrilia (2019) berdasarkan hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap

loyalitas anggota BMT Amanah Ummah Surabaya. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT dinilai rendah dan karyawan tidak fokus terhadap kebutuhan anggota BMT.

Citra perusahaan adalah kesan, citra, atau persepsi publik atau konsumen terhadap suatu perusahaan atau bisnis, yang sengaja dibuat untuk mencerminkan merek, arsitektur, varian produk, tradisi, ideologi, dan kualitas organisasi atau identitas perusahaan. atau kesan individu atau komunitas terhadap perusahaan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman (Haryanto, 2020)

Dengan membentuk image positif dengan seseorang atau masyarakat, maka dapat meningkatkan loyalitasnya terhadap perusahaan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Harry (2021), Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan, kualitas produk, dan citra perusahaan semuanya berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian (Jamaan, 2016) Variabel citra perusahaan tidak berpengaruh langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Dengan dasar paparan di atas, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan penelitian yang berjudul **“Pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Anggota pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem”**



## **B. Rumusan Masalah**

Mengacu pada konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperlukan rumusan masalah berikut dalam penelitian ini:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan hari raya (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem ?
3. Apakah cita perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem ?
4. Apakah kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan hari raya (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan hari raya (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan hari raya (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota pada produk simpanan hari raya (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

###### a. Akademis

Secara akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan mampu berkontribusi untuk membangun pemahaman dan pandangan tentang bentuk pengelolaan lembaga KSPPS SM NU Cabang Warungasem dalam memberikan pelayanan yang berdampak pada loyalitas anggota produk Simpanan hari raya (SIHARFI).

###### b. Peneliti

Hasil dari penelitian dimaksudkan untuk memperluas pemahaman tentang analisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan

dan citra perusahaan serta dapat menambah pengetahuan tentang aspek yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSPPS SM NU Cabang Warungasem.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, bagi KSPPS SM NU Cabang Warungasem penelitian ini dimaksudkan agar dapat dimanfaatkan sebagai usulan atau saran yang berkenaan dengan pengelolaan dan peningkatan kinerja yang lebih.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

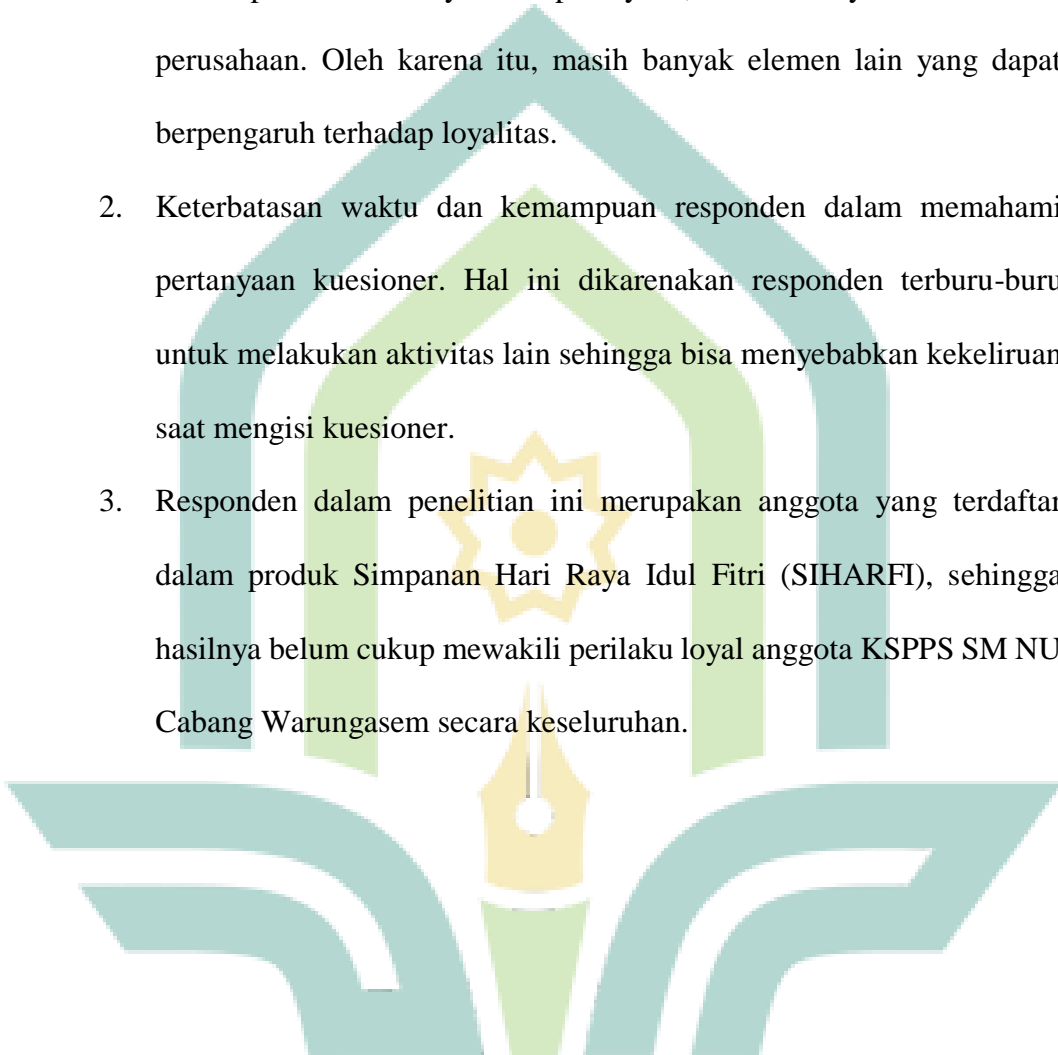
Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap Loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem dengan analisis regresi linier berganda, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.
2. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.
3. Variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.
4. Variabel kepercayaan, kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas anggota pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SIHARFI) di KSPPS SM NU Cabang Warungasem.

## B. Keterbatasan Penelitian

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

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



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Qiara Media.
- Akbar, M. F. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia (IGD) DIY.
- A'yunina, H. (2020). Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Murabahah (Studi Kasus di BMT Istiqomah dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera). *Skripsi, IAIN Tulungagung*.
- Bashori, W. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan: Otomatisasi dan Tata Kelola Perusahaan*. PT Gramedia.
- Busro, M. (2018). *Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenada Media Group.
- Damayanti. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Veteran*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk: Planning & Strategy*. CV. Qiara Media.
- Fitrilia, A. (2019). Pengaruh Service Quality dan Trust Terhadap Loyalitas Anggota BMT Amanah Ummah Surabaya. *Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisa Multivaraite dengan Program IBM SPSS 19, Semarang. *Universitas Diponegoro*.
- Haryanto, R. (2020). Manajemen Pemasaran Bank Svariah (Teori dan Praktik). Pamekasan. *Duta Media Publishing*.
- Hendi Suhendi, H. (2002). *Fiqih Muamalah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. (2017). Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif. *Depok: Kencana*.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode. *Kuningan: Quran Kuningan*.

- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismail, F. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. Prenamedia Group.
- Jamaan, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri). *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Kusumawati, H. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan nasabah sebagai variabel Intervening. *Skripsi, IAIN Salatiga*.
- Lukmanudin. (2019). *Peranan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam meningkatkan usaha mikro kecil dan menengah masyarakat. Vol 1 No 1, 78 | 102*.
- Magala, K. B. (2018). *Managing Public Trust. Switzerland: Springer International Publishing AG*.
- Meinarni, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Penanganan Konflik nasabah dan Komunikasi Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Martabak Mandiri Tegal. *Skripsi, Universitas Pancasakti Tegal*.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Window*. Zifatama Jawa.
- Musi, S. (2020). *Komunikasi dan Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)*. Qiara Media.
- Musvika, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di BMT Hudatama Semarang. *Skripsi, Universitas Negeri Semarang*.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas, Instrument Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Payadnya, I. P., & Jayantika, I. G. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Deepublish Publisher.
- Pratama, F. A. (2016). *Management Finance & Marketing*. K-Media.

- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Lebih Mudah dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo. CV. Wade Group.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Gave Media.
- Rajab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologo Penelitian Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rivanto. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Saggaf, S., Said, M. M., & Saggaf, W. S. (2018). *Reformasi Pelayanan Publik di Negara Berkembang*. CV. Sah Media.
- Sahir, S. H. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Sumaryam, A. (2021). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga*.
- Surahman, D. (2016). *Metodologi Penelitian*. Pusdik SDM Kesehatan.
- Suranto. (2018). *Pengaruh Pengelolaan Dana, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Kube Sejahtera Surakarta*. Tesis, IAIN Surakarta.
- Sutopo, Y. (2017). *Statistika Inferensial*. CV. Andi Offset.
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya Organisasi*. Prenada Media Group.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian*. IPB Press Printing.



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS****A. IDENTITAS**

1. Nama : M. Faqihul Huda
2. Tempat Tanggal Lahir : Batang, 09 Juli 2000
- Alamat : Desa Pandansari RT 011  
RW 004 Kec. Warungasem  
Kab. Batang
3. Nomor Handphone : 085950691648
4. Email : [faqihul2019@gmail.com](mailto:faqihul2019@gmail.com)
5. Nama Ayah : Murodi
6. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
7. Nama Ibu : Rita
8. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

**A. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. MI Salafiyah Sidorejo
2. MTS Tholabuddin Masin
3. MA Tholabuddin Masin

Pekalongan, 18 Agustus 2023  
Penulis



M. Faqihul Huda