



**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA DENGAN
KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI KSPPS
BMT BINA UMMAT SEJAHTERA (BUS)
CABANG LIMPUNG**



**PURWANDARI LESTARI
NIM. 4217040**

2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DENGAN KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA (BUS) CABANG LIMPUNG

SKRIPSI

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



Oleh :

PURWANDARI LESTARI
NIM. 4217040

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA DENGAN KEPUASAN
ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA (BUS)
CABANG LIMPUNG**

SKRIPSI

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



Oleh :

PURWANDARI LESTARI
NIM. 4217040

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

yang bertanda tangan di bawah ini :

a : Purwandari Lestari

: 4217040

1 Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung**

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

Pekalongan, 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Purwandari Lestari

NOTA PEMBIMBING

Ria Aniatas Sholihah, SE., Ak, MSA, CA

Jl. Gajahmada Gg. Kasuari Bogoran Kauman Kec. Batang Kab. Batang

Jumlah : 2 (dua) eksemplar

Tentang : Naskah Skripsi Sdr. Purwandari Lestari

Di

Departemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jabatan Ketua Program Studi Perbankan Syariah

EKALONGAN

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari :

Nama : **Purwandari Lestari**

NIM : **4217040**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Juni 2024

Pembimbing,



Ria Aniatas Sholihah, SE., Ak, MSA, CA

NIP. 198706302018012001



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

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Purwandari Lestari**
NIM : **4217040**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung**

Dosen Pembimbing : **Ria Aniatus Sholihah, SE., Ak, MSA, CA**

Telah diajukan hari Senin tanggal 15 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

M. Shulthoni, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D.
NIP. 197507062008011016

Penguji II

Drajat Stiawan, M.Si
NIP. 198301182015031001

Pekalongan, 19 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



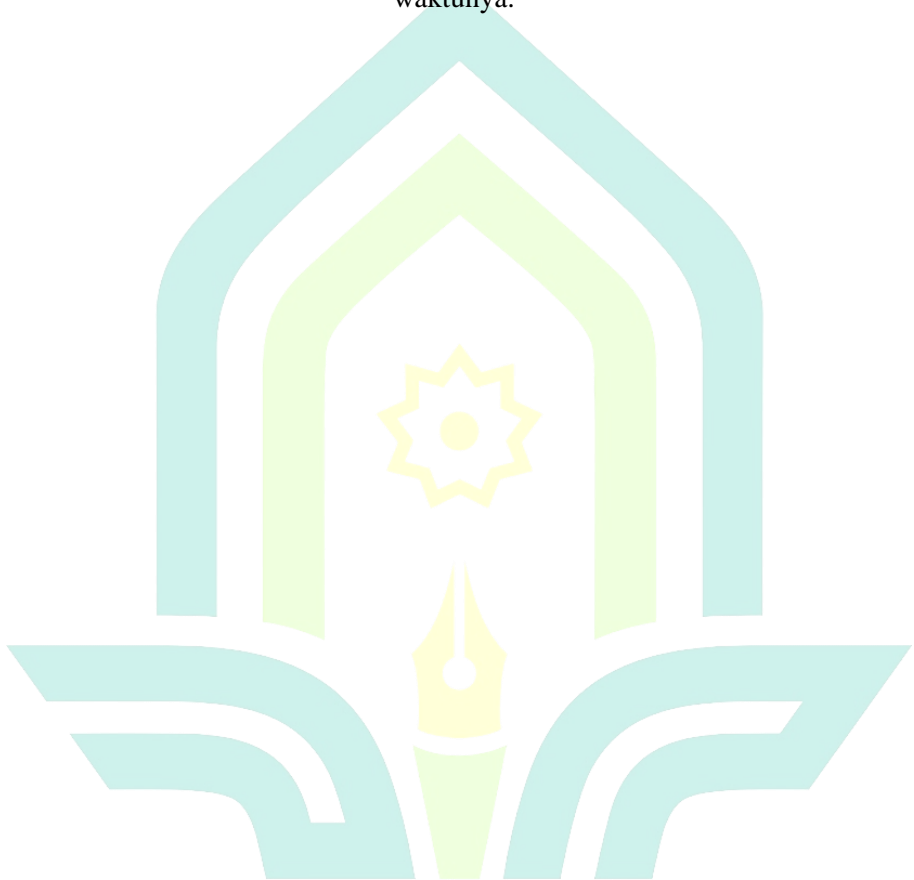
Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

"Kesuksesan berawal dari usaha kecil-kecilan yang ditelateni setiap harinya."

"Semua keberhasilan dapat terwujud dari luar zona nyaman."

"Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya."



ABSTRAK

PURWANDARI LESTARI. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung

Kepuasan anggota ialah perasaan puas yang diperoleh dari pemakaian suatu produk, sedangkan. loyalitas anggota ialah bentuk kesetiaan anggota pada produk yang dipakai. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.

Penelitian ini termasuk *survey research* dengan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner, populasi penelitian 2.231 anggota dengan mengambil sampel sebanyak 96 responden menggunakan rumus slovin dan standar error 10%. Teknik pengambilan sampel memakai *incidental sampling*, dan teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, uji analisis jalur, uji mediasi dan uji R^2 dengan aplikasi SPSS 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota dengan nilai beta 0.313 dan nilai signifikansi $0.001 < 0.1$. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota dengan nilai beta 0.270 dan nilai signifikansi $0.005 < 0.1$. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota dengan nilai beta 0.314 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.1$. Kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota dengan nilai beta -0.091 dan nilai signifikansi $0.288 > 0.1$. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota dengan nilai beta 0.043 dan nilai signifikansi $0.616 > 0.1$. Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota dengan nilai beta 0.265 dan nilai signifikansi $0.001 < 0.1$. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas anggota dengan nilai beta 0.662 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.1$. Kepuasan memediasi kualitas produk terhadap loyalitas anggota dengan nilai $t_{hitung} = 1.7313 < t_{tabel} = 1.6612$. Kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas anggota dengan nilai $t_{hitung} = 3.3636 < t_{tabel} = 1.6612$. Kepuasan memediasi kepercayaan terhadap loyalitas anggota dengan nilai $t_{hitung} = 5.7682 < t_{tabel} = 1.6612$. Uji R^2 menunjukkan adanya hubungan variabel

independent dan variabel dependen sebesar 66.9% dan 33.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Anggota, dan Loyalitas Anggota*



ABSTRACT

PURWANDARI LESTARI. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung

Member satisfaction is a feeling of satisfaction obtained from using a product, meanwhile. Member loyalty is a form of member loyalty to the products they use. Several factors influence loyalty, namely product quality, service quality, trust and satisfaction. The aim of this research is to determine the influence of product quality, service quality and trust on member loyalty with member satisfaction as an intervening variable at KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Limpung Branch.

This research includes survey research with a quantitative approach, data collection using questionnaires, a research population of 2,231 members, taking a sample of 96 respondents using the Slovin formula and a standard error of 10%. The sampling technique uses incidental sampling, and the data analysis technique uses instrument tests, classical assumption tests, path analysis tests, mediation tests and R2 tests with the SPSS 21.0 application.

The research results show that product quality influences member satisfaction with a beta value of 0.313 and a significance value of $0.001 < 0.1$. Service quality influences member satisfaction with a beta value of 0.270 and a significance value of $0.005 < 0.1$. Trust influences member satisfaction with a beta value of 0.314 and a significance value of $0.000 < 0.1$. Product quality has a negative and insignificant effect on member loyalty with a beta value of -0.091 and a significance value of $0.288 > 0.1$. Service quality has a positive and insignificant effect on member loyalty with a beta value of 0.043 and a significance value of $0.616 > 0.1$. Trust influences member loyalty with a beta value of 0.265 and a significance value of $0.001 < 0.1$. Satisfaction influences member loyalty with a beta value of 0.662 and a significance value of $0.000 < 0.1$. Satisfaction mediates product quality on member loyalty with a value of $t = 1.7313 < t_{table} = 1.6612$. Satisfaction mediates service quality on member loyalty with a value of $t = 3.3636 < t_{table} = 1.6612$. Satisfaction mediates trust in member loyalty with a value of $t = 5.7682 < t_{table} = 1.6612$. The R2 test shows that there is a relationship between the independent variable and the dependent variable of 66.9% and the remaining 33.1% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Trust, Member Satisfaction and Member Loyalty*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamiin. Segala Puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang telah memberikan kenikmatan dan kemudahan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad saw yang syafa'atnya dinantikan di yaumul akhir.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S. H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M. A., Ph. D., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M. Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ria Aniatas Sholihah, SE., Ak, MSA, CA., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nur Fani Arisnawati, M.M, selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff.

8. Pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Kedua orang tua Bapak Purwanto dan Ibu Darti Lestari yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan material dan moral serta menyemangati saya, terimakasih atas segala motivasi dan dukungannya kepada saya baik, terimakasih atas doa yang tak henti-hentinya terucap dalam setiap sujud kepada-Nya, terimakasih atas semua keringat, air mata, lelah, dan waktu yang sudah terkorbankan untuk memberikan yang terbaik bagi saya.
10. Adik saya Dwi Lestari dan Danu Tri Widiyanto yang saya sayangi dan selalu memberikan dukungan serta doa untuk saya.
11. Sahabat dan teman-teman saya angkatan 2017 yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Pekalongan, 22
Juni 2024

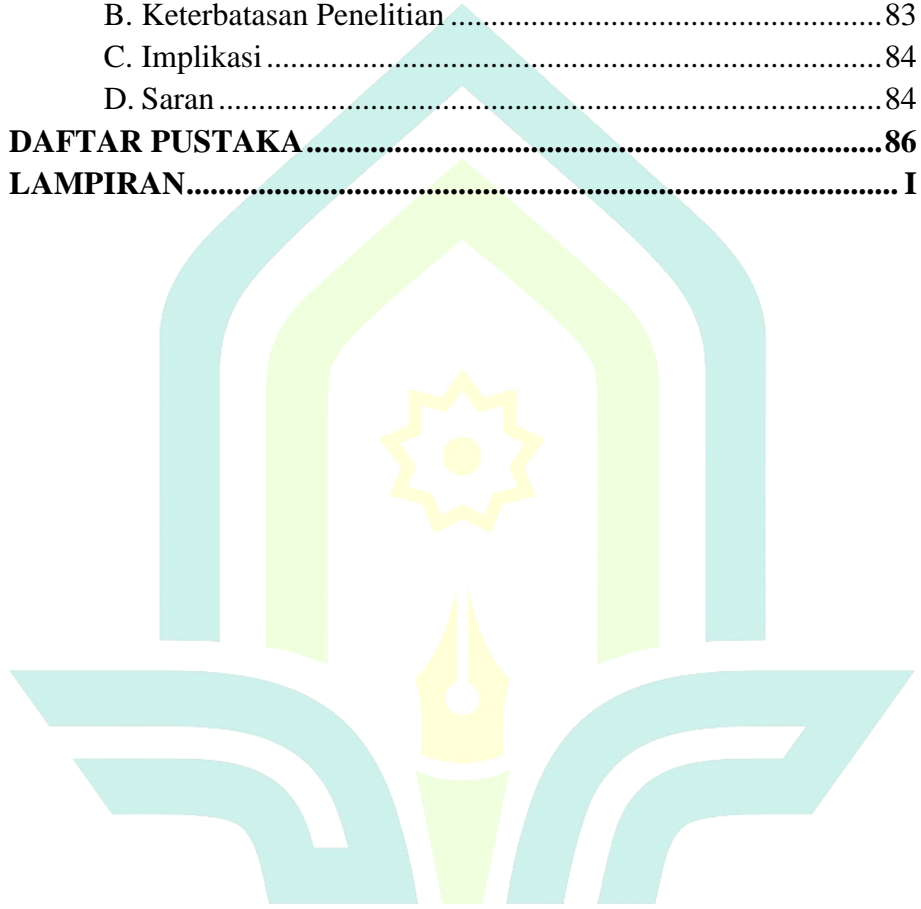


**Purwandari
Lestari**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
B. Kajian Pustaka	19
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	33
B. Setting Penelitian	33
C. Sumber Data	33
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	34
E. Variabel Penelitian	35
F. Definisi Operasional	36
G. Populasi dan Sampel	38
H. Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Objek Penelitian	46
B. Sejarah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera	46
C. Deskripsi Data	51
D. Analisis Data	56
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Keterbatasan Penelitian	83
C. Implikasi.....	84
D. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab – Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan

tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ يَ ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َ وَ ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ - kataba
- فَعَلَ - fa'ala
- ذُكِرَ - zukira
- كَيْفَ - kaifa
- هَوَّلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا يَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

... ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

a. Ta' marbutah hidup

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

b. Ta' marbutah mati

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

c. Jika pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

- rauḍatul-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnahal-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talḥah

5. Syaddah

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

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَيْعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
-------------	--------------

النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	-syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl

Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla

عَ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam system 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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُوْلٌ

سُوْلٌ

اِنَّ اَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِنَاسٍ لِّلَّذِي

awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallaḥibakkatamubārakan

بِيْتًا مَّبَارَكًا

سَيَّحِرُ رَمَضَانَ الَّذِي اُنزِلَ فِيْهِ

Syahru Ramaḍān al-laḥī unzila fīh al-Qur'ānu

الْقُرْآنِ

وَالْقَدْرَ الَّذِي رَآهُ بِاَلْفُوقِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ

اَلْعَالَمِيْنَ

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

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللّٰهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلّٰهِ اَمْرٌ جَمِيْعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. Tajwid

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

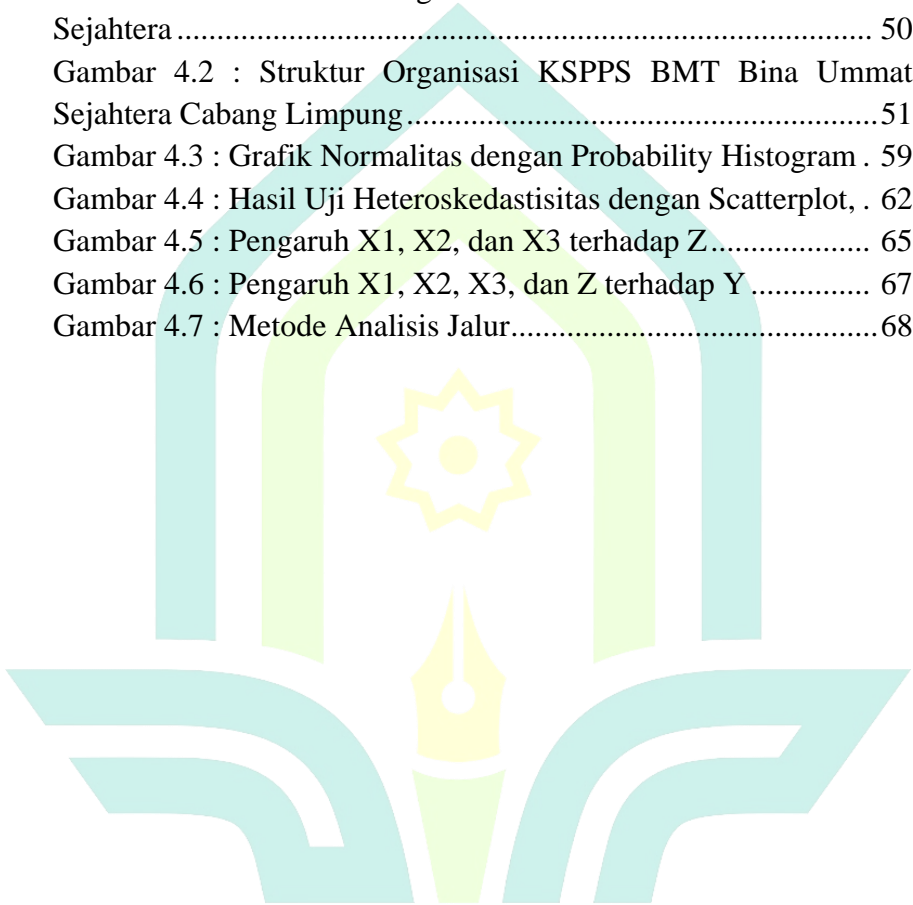


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran dan Skor Penilaian	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov ...	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser.....	63
Tabel 4. 11 Hasil R Square Analisis Jalur	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Jalur I.....	64
Tabel 4. 13 Hasil R Square Uji Analisis Jalur II.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Jalur II.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71

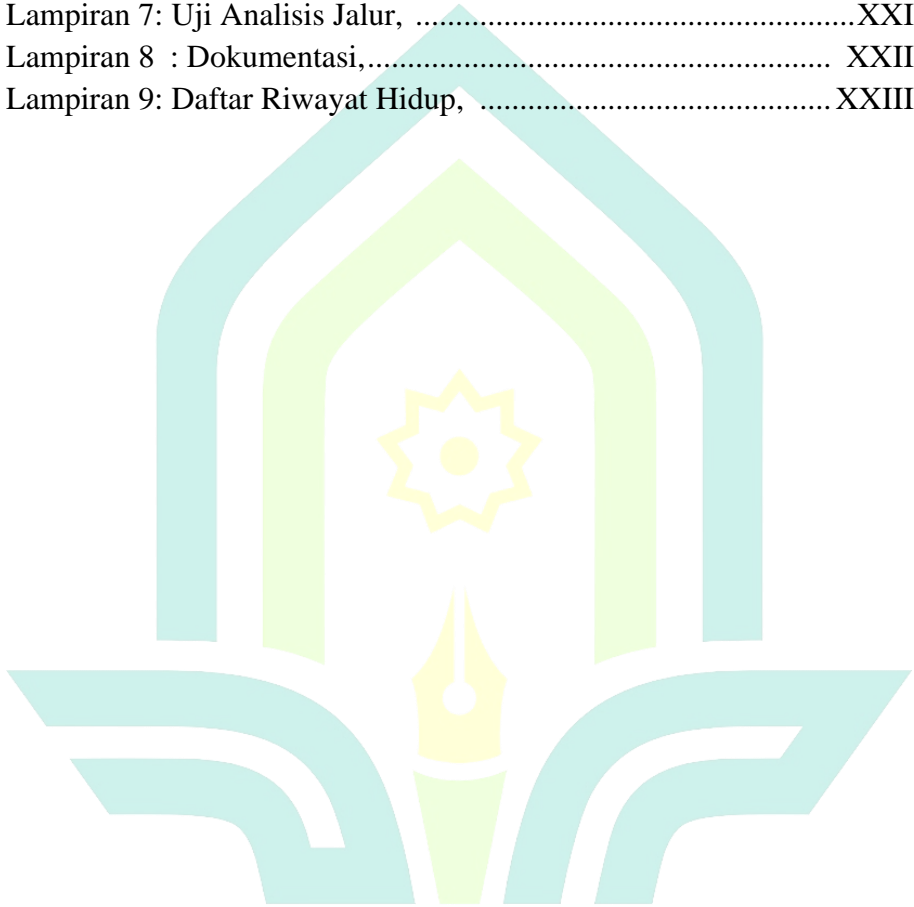
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Skema Kerangka Penelitian	28
Gambar 3.1 : Pengaruh Variabel X_1 , X_2 , dan X_3 ke Variabel.....	42
Gambar 3.2 : Pengaruh Variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan Z ke Variabel	42
Gambar 3.3 : Metode Analisis Jalur.....	43
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera	50
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung.....	51
Gambar 4.3 : Grafik Normalitas dengan Probability Histogram .	59
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot, .	62
Gambar 4.5 : Pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Z	65
Gambar 4.6 : Pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , dan Z terhadap Y	67
Gambar 4.7 : Metode Analisis Jalur.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Penelitian,	I
Lampiran 2: Surat Bukti Penelitian,	II
Lampiran 3: Kuisisioner Penelitian,	III
Lampiran 4: Tabulasi Data Penelitian,.....	VIII
Lampiran 5 : Uji Validitas,	XVII
Lampiran 6: Uji Reliabilitas,.....	XX
Lampiran 7: Uji Analisis Jalur,	XXI
Lampiran 8 : Dokumentasi,.....	XXII
Lampiran 9: Daftar Riwayat Hidup,	XXIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sekarang ini, perkembangan di dunia perbankan cukup pesat, sehingga persaingan antar lembaga keuanganpun juga menjadi semakin ketat. Lembaga keuangan berupaya untuk mengembangkan inovasi terbaru guna memenuhi kebutuhan nasabah serta memberikan kenyamanan bagi nasabah. Selain itu, strategi pemasaran juga diperlukan oleh lembaga keuangan untuk memperbanyak nasabah baru serta mempertahankan nasabah lama, karena nasabah memiliki kontribusi yang utama dalam penjualan maupun pemberian profit bagi lembaga keuangan. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh lembaga keuangan adalah *relationship marketing*, dimana strategi bermanfaat untuk menciptakan hubungan yang baik dan erat terhadap nasabah (Cahyono, 2017:1).

Relationship marketing adalah upaya untuk bertumbuh, berkembang, dan memelihara dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah maupun *stakeholder* sehingga dapat saling menguntungkan (Dwihandrianto, 2020:2). Hubungan jangka panjang dapat dibangun dengan berorientasi pada hubungan dengan nasabah, kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah, dan komitmen nasabah sehingga diharapkan mampu menghasilkan nasabah yang loyal. Hal tersebut sama dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) dalam Cahyono (2017:2) bahwa keberhasilan jangka panjang merupakan impian para pemasar yang dapat diraih dengan membangun hubungan yang kuat serta erat bersama *customer*. Hubungan yang erat dapat memmanifestasikan rasa puas pada diri nasabah sehingga dapat terwujud kelayakan nasabah terhadap perusahaan apabila kepuasan tersebut dirasakan oleh nasabah secara berkelanjutan dalam waktu yang lama.

Loyalitas nasabah adalah dorongan tingkah laku untuk melaksanakan pembelian berulang-ulang serta berguna membentuk kesetiaan nasabah kepada produk/jasa yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan tertentu, dengan memerlukan waktu yang cukup

lama (Susanto, *et al.*, 2019:75). Apabila suatu produk kurang cakap dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan maka pelanggan akan berhenti menggunakan produk tersebut sebagai bentuk rasa ketidakpuasan terhadap perusahaan. Sama halnya dengan nasabah lembaga keuangan, apabila keinginannya tidak terpenuhi maka nasabah akan berhenti memakai produk/jasa tersebut dan akan beralih ke lembaga keuangan lain (Irawadi, *et al.*, 2019:172). Selain dari sisi produk, ada faktor lain yang dapat memberikan pengaruh pada loyalitas nasabah, diantaranya:: kualitas pelayanan, kepercayaan, komitmen, dan citra perusahaan. Sebagaimana dalam penelitiannya (Aristyanto, *et al.*, 2019:2) yang menyatakan bahwa kepuasan dapat dirasakan apabila nasabah mendapatkan *value* dari lembaga keuangan yang berupa produk, layanan, dan sistem atau sesuatu yang berkaitan dengan emosi.

Menurut Kotler (2014) dalam Zulkarnain,dkk (2020:2) bahwa kualitas produk menjadi perhatian oleh para konsumen atau nasabah dan setiap nasabah mengharapkan produk-produk yang telah dibeli memiliki kualitas yang terbaik. Standarisasi produk merupakan salah satu poin penting untuk mendapatkan kualitas produk yang menjadi keinginan lembaga keuangan guna menciptakan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Penetapan standarisasi produk berfungsi untuk menjadi patokan sehingga menghasilkan produk yang terjaga kualitasnya sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan, dengan harapan dapat memuaskan nasabah yang membeli produk tersebut.

Selain itu, kualitas layanan juga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah dimana pelayanan yang berkualitas diawali dari apa yang dibutuhkan konsumen dan diakhiri dengan persepsi konsumen, itu juga berarti bahwa perspektif konsumen menjadi hal penting bagi perusahaan (Kotler dan Keller dalam Mutmainnah, 2018:205). Sedangkan menurut Sunyoto (2012) dalam Zulkarnain, dkk (2020:3) menyatakan bahwa usaha memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen dan menyampaikan informasi yang tepat guna menyeimbangkan antara harapan dengan layanan yang diterima oleh konsumen merupakan pusat dari kualitas layanan.

Dengan begitu, kualitas layanan dapat digunakan sebagai tolak ukur bagi lembaga keuangan untuk mengetahui tingkat kemampuan lembaga keuangan dalam memenuhi harapan konsumen.

Kepercayaan seorang nasabah merupakan satu faktor yang mempunyai peran penting dalam membangun serta meningkatkan loyalitas nasabah selain kualitas produk dan layanan. Kepercayaan yaitu kesediaan mengandalkan kemampuan, integritas serta motivasi pihak lain guna memberi kepuasan terhadap anggota dalam pemenuhan kebutuhan serta kepentingan baik secara langsung ataupun tidak (Sheth dan Mital dalam Aristyanto, dkk., 2019:3). Jika kepercayaan sudah muncul antara lembaga keuangan dengan nasabah, maka upaya untuk membangun kerjasama semakin mudah sehingga saling menguntungkan diantara dua belah pihak. Dimana pihak nasabah mendapatkan keuntungan berupa kepuasan terhadap produk, sedangkan lembaga keuangan dapat memiliki nasabah yang loyal karena berkontribusi dalam kelangsungan operasional lembaga keuangan.

Kesesuaian antara harapan nasabah terhadap suatu produk dengan hasil yang diterima dari produk tersebut dapat digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah di lembaga keuangan (Setianingsih, *et all.*, 2019:200). Jadi, apabila produk bekerja lebih baik dibandingkan dengan apa yang konsumen harapkan maka konsumen akan merasakan kepuasan, dan begitupun sebaliknya. Kepuasan adalah satu aspek yang mampu memberikan pengaruh pada kelayakan nasabah di lembaga keuangan dalam menggunakan jasa pelayanannya (Maulana, 2018:36). Dengan begitu, tumbuh rasa puas yang akan mendorongnya untuk melakukan pembelian secara berulang dan terjalin hubungan jangka panjang sehingga terbentuklah loyalitas.

Semua lembaga keuangan dipastikan ingin mewujudkan loyalitas untuk mempertahankan eksistensinya dalam bersaing, tak terkecuali KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung yang berlokasi di Komplek Ruko Terminal Limpung Blok E No. 89, Limpung, Kecamatan Limpung, Kabupaten Batang (KSPPS BMT BUS, 2021). KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera juga mengalami

persaingan yang cukup ketat mengingat di wilayah Kabupaten Batang sendiri terdapat 141 lembaga koperasi baik berbasis syariah maupun konvensional (Depkop, 2021). Meskipun terdapat persaingan yang cukup ketat KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera mengalami peningkatan baik dalam jumlah asset, simpanan, dan pembiayaan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera berupaya menciptakan kepuasan nasabah dengan memenuhi kebutuhan nasabah melalui berbagai produk yang ditawarkan dan juga pelayanan yang mudah dengan adanya 118 kantor cabang untuk melayani nasabah yang tersebar 7 provinsi di wilayah Indonesia (KSPPS BMT BUS, 2021).

Jumlah anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung di tahun 2017-2020 adalah sebagai berikut:

No.	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2017	1.970
2.	2018	2.080
3.	2019	2.122
4.	2020	2.186

Tabel 1. 1 Jumlah anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung
Sumber: Data dari KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.

Tabel tersebut menunjukkan terjadi penambahan banyak anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung pada setiap tahunnya dalam rentang waktu selama 4 tahun yaitu dari tahun 2017-2020. Hal tersebut membuktikan bahwa banyak masyarakat yang tertarik untuk melakukan transaksi simpanan maupun pembiayaan dan bergabung menjadi anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.

Penelitian terkait variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah sebelumnya telah diteliti oleh beberapa orang. Diantaranya, penelitian oleh Zulkarnain, dkk (2020:18-19) menyatakan bahwa loyalitas dan kepuasan nasabah mendapat pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan secara positif serta signifikan. Kemudian penelitian oleh Aristyanto, dkk (2019:7)

menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh pada kepuasan nasabah secara signifikan. Kemudian, penelitian oleh Apriyanti, dkk (2017:162) menyimpulkan terdapat pengaruh positif serta signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah; loyalitas mendapat pengaruh positif serta signifikan kepuasan nasabah; dan kepuasan nasabah mampu menjadi mediasi antara pengaruh kualitas layanan bagi loyalitas secara parsial serta signifikan. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Oktavianti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak ada pengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sependapat dengan Hariadji (2018) yang menyatakan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan kepercayaan tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian oleh Arif (2020:477-478) menyimpulkan bahwa loyalitas serta kepuasan nasabah mendapatkan pengaruh yang signifikan dari kepercayaan. Kemudian, loyalitas nasabah juga dipengaruhi kepercayaan secara positif dan signifikan dengan mediasi kepuasan nasabah. Selain itu, Dayuwati, dkk (2020:29) menyatakan loyalitas nasabah mendapat pengaruh secara signifikan dari kualitas produk dengan melalui kepuasan. Namun, penelitian Aquino (2018) menyatakan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang serupa ditunjukkan oleh Diana (2019) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

Ada banyak unsur yang dapat mempengaruhi keloyalitasan. Oleh karena itu, peneliti mencoba menerapkan variabel kualitas produk, kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan yang berperan menjadi variabel intervening. Alasan dilakukannya riset ini yaitu untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak diantara variabel tersebut, mengingat belum adanya penelitian terkait loyalitas anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Selain itu, di wilayah tersebut banyak berdiri bank dan koperasi baik konvensional maupun syariah. Oleh karena itu,

dilakukan riset ini untuk mengetahui apakah variabel yang dipilih peneliti dapat memberikan pengaruh pada kelayakatan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Diharapkan penelitian ini mampu menjawab pertanyaan apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh bagi loyalitas dengan menjadikan kepuasan sebagai variabel interveningnya.

Selain itu, pada penelitian terdahulu yang telah dicantukan oleh peneliti menunjukkan hasil yang berbeda. Dimana beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Namun, penelitian lain menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Maka dari itu, hasil penelitian tersebut berpeluang untuk melakukan penelitian kembali dengan data, teori dan metode yang berbeda dengan menambahkan variabel kepuasan anggota sebagai variabel interveningnya.

Merujuk pada uraian-uraian sebelumnya, penulis mempunyai ketertarikan untuk mengadakan riset yang berjudul judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota dengan menggunakan variabel intervening kepuasan nasabah.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi dan cakupan masalah, maka disusun beberapa perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan memiliki terhadap kepuasan anggota?

4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota?
5. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota?
6. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota?
7. Apakah ada pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota?
8. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota?
9. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota?
10. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota?

C. TUJUAN PENELITIAN

Merujuk pada rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan riset ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota.
3. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota.
5. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota.
6. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota.
7. Mengetahui pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota.
8. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota.
9. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota.
10. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat ikut serta memberikan kontribusi pemikiran dalam mengembangkan ilmu, khususnya di bidang ilmu pemasaran relasional yang berhubungan dengan “Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening”.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis dan akademik

Besar harapan riset ini bisa menjadi jembatan untuk melatih dan meningkatkan kompetensi dalam melaksanakan penelitian atau observasi, serta menambah pengetahuan dan wawasan penulis. Selain itu, juga diharapkan dapat menjadi sumber rujukan untuk penelitian di masa mendatang dan memberikan edukasi kepada masyarakat yang membacanya.

b. Bagi lembaga keuangan (KSPPS BMT BUS Cabang Limpung)

Diharapkan mampu memberikan informasi serta pandangan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka evaluasi dan peningkatan sumber daya manusia di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung supaya bisa menjadi lebih baik lagi dalam hal produk maupun pelayanan.

c. Bagi anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung

Diharapkan mampu menginformasikan dan mengedukasi anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung terkait pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah yang berperan sebagai variabel intervening.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Gambaran umum penelitian ini dibagi menjadi 5 BAB dengan pembahasan sistematis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan dalam penelitian kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.

BAB II : LANDASAN TEORI

Meliputi *Theory of Planned Behavior*, definisi loyalitas anggota, definisi kepuasan anggota, definisi kualitas produk, definisi kualitas layanan, definisi kepercayaan, definisi kepuasan anggota, kajian pustaka, kerangka teoritis dan hipotesis dalam penelitian kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.

BAB III : METODE PENELITIAN

Meliputi jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, instrument dan teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, uji analisis data (uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis jalur, dan uji mediasi) dalam penelitian kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Meliputi deskripsi objek penelitian, sejarah objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data, dan pembahasan dalam penelitian kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.

BAB V : PENUTUP

Meliputi kesimpulan dan saran dalam penelitian kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data telah dilakukan dan pembahasan yang dijabarkan, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan kepada anggota maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
2. Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
3. Kepercayaan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan anggota maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
4. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan maka tingkat kelayakan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung semakin rendah.
5. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin baik pula kelayakan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung meskipun pengaruhnya tidak berarti.
6. Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan

maka semakin tinggi pula kelayakan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.

7. Kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan anggota maka semakin tinggi pula kelayakan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
8. Kepuasan mampu memediasi dalam hubungan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kelayakan anggota dengan bantuan kepuasan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
9. Kepuasan mampu memediasi dalam hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas anggota dengan bantuan kepuasan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.
10. Kepuasan mampu memediasi dalam hubungan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT BUS Cabang Limpung. Artinya, kepercayaan yang tinggi dapat mendorong dan meningkatkan loyalitas anggota dengan bantuan kepuasan anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Limpung.

B. Keterbatasan Penelitian

Berikut beberapa keterbatasan dari penelitian, yaitu:

1. Dalam pelaksanaan penelitian ini, variabel yang digunakan untuk melihat pengaruh terhadap loyalitas anggota hanya kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan dengan menggunakan variabel kepuasan anggota sebagai variabel interveningnya.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung yang menggunakan produk dari BMT tersebut.

C. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Penelitian memberikan hasil bahwa kepuasan dapat menjadi perantara pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan kepada loyalitas anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera BUS Cabang Limpung. Responden merasa puas menjadi anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Limpung karena biaya produk yang murah serta penggunaannya yang mudah. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga baik sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian ulang.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian dapat bermanfaat sebagai masukan kepada manajemen pemasaran, para pelaku usaha, maupun pembaca untuk lebih memperhatikan faktor utama seorang konsumen melakukan pembelian ulang yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga usahanya dapat berkembang dan bertahan dengan jangka waktu yang lama.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, saran yang disampaikan yaitu:

1. Bagi Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan perlu meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk, guna meningkatkan loyalitas dari anggotanya. Semakin tinggi kualitas layanan dan kualitas produk yang diterima oleh anggota maka semakin tinggi pula kelayakan anggota.

2. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat

Penelitian ini mengkaji 3 variabel independet (kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan), 1 variabel dependent (loyalitas anggota), dan 1 variabel intervening (kepuasan anggota). Harapannya untuk peneliti berikutnya dapat meluaskan penelitiannya terkait faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan dan kelayakan dari anggota

lembaga keuangan syariah dengan cara menambah variabel lain yang belum tercantum dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus KSPPS Hanada Quwais Sembada Kc Purwokerto.
- Afrianty, Nonie. 2021. *Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. Bengkulu :CV. Brimedia Global.
- Ahmadi, A. (2021). Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan (Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. 2(1), 47-60.
- Ainun, N., & Murtani, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Balai Kota Medan. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 1(1), 355-366.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. 1(02), 133-140.
- Apriyanti, P., Surya, D., & Lutfi, L. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*. 1(2), 159-166.
- Aquino, Raga. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. 14(1), 45-61.
- 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.
- Aristyanto, E., Hasan, A. F., & Nanda, A. S. (2019). Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya (The Effect of Commitment and Trust for

- Customer Satisfaction Islamic Banking in Surabaya). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*. 3(1), 1-18.
- 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.
- Barat, M. M. P. P. P., & Amelia, A (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan di KSPPS BMT Dana.
- Barlian, Eri. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press
- Batin, M. H. (2020). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*. 3(1), 45-58.
- Cahyono, E. (2017). Pengaruh Relationship Marketinng Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Di PT. BPR “PALA” Sleman. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*. 4(1), 1-12.
- Dayuwati, N., Rahadhini, M. D., & Indriastuti, D. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. 20(1), 20-30.
- Diana, L. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bank BRIS KCP Magelang Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*, IAIN Salatiga. Salatiga.
- Dwihandrianto, B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Dimensi Relationship Marketing, Kualitas Layanan Dan Personal Selling (Studi Di Bank Bri Cabang Tulungagung). *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*. 6(2), 1-12.
- Dwi, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Pembiayaan Murabahah BMT Assyafi'yah Berkah*

Nasional Kantor Cabang Sukoharjo) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*. 8(1), 22-38.
- Firdaus, R., Herlambang, T., & Qomariah, N. (2023). Peran Kualitas Layanan dan Kepercayaan pada Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada KSP. Perkasa Djaya Mandiri Jemer. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 418-432.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Badan Penerbit BPFE.
- Halisan, A., & Purwanto, A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Menabung Pada Bank Sultra. *JIM (Jurnal Ilmu Manajemen)*. 4(1), 16-26.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hariadji, Roekma. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.. *Jurnal Ilmiah Ekbank*. 1(2), 40-53.
- 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.
- Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Method*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Hidayah, R. N. (2023). *Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Bank NTB KCP Kediri Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Hidayatina, H., & Siska, M. (2019). Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Pelayanan Nasabah Priority Bank Syariah Mandiri

- Cabang Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*. 3(1), 170-189.
- Depkop. (2021, Juni 18). Retrieved from depkop.go.id: <http://nik.depkop.go.id/>.
- KSPPS BMT BUS. (2021, Juni 19). Retrieved from bmtbus.co.id: <http://www.bmtbus.co.id/jaringan/>
- Ilyas, M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Bni Syariah Cabang Palembang. *Adl Islamic Economic: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. 1(1), 47-64.
- Irawadi, N., Hamid, A., & Ulya, Z. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syaria'ah Adeco Langsa. *Jurnal Investasi Islam*. 4(2), 166-180.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Artikel*. 1-12.
- Jumaedi, J. (2024). *Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervenin Pada KSPPS BMT Nurussa'adah di Tirto Pekalongan* (Doctoral dissertation, UIN K. H. Abdurrahman Wahid).
- Koampa, S. H., Tumbuan, W. A., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ajb Bumiputera 1912 Di Manado Cabang Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 5(3), 3622-3631.
- Kurniyawati, E., & Anggadha, F. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142-152.
- Lapasiang, D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 5(3), 3068-3077.

- 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(2), 298-310.
- Maulana, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jabar Banten Kantor Cabang Utama Bandung* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan).
- Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 13(1), 16-24.
- 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.
- Mudinarko, O., & Suyoto, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PD BPR BKK Purbalingga Cabang Bukateja). *Media Ekonomi*. 17(2), 110-118.
- Munandar, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pt. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Al-Muamalat Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*. 4(2), 101-119.
- Musdalifah., & Hasan, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*. 1(1), 166-185.
- Mustafa, Zainal. 2013. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*. 10(2), 201-216.
- Naim, R. N., Mus, A. R., Plyriadi, A., & Bahari, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Bank Syariah Bukopin di Makassar. *Center of Economic Student Journal*. 2(2), 110-118.

- Narsum, A. (2018). *Uji Normalitas Data Untuk Penelitian*. Bali: Jayapangus Press Book.
- Noor, Juliansyah Noor. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurchahyo, A., & Solekah, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(4), 1421-1433.
- Oktavianti, Sri. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*, UIN Raden Fatah. Palembang.
- Perdana, Echo. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Putera, A. K., & Wahyono, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*. 7(1), 110-119.
- Priyono, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publishing.
- Qomarsyah, M. M., Mahyarni, M., & Romus, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 2(1), 31-39.
- Rahfizah, R. Z., Supaino, S., & Kholil, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *NISBAH: JURNAL PERBANKAN SYARIAH*. 6(1), 23-29.
- Retnawati, H. (2107). *Teknik Pengambilan Sampel*. Makalah disampaikan pada Workshop Update Penelitian Kuantitatif, Teknik Sampling, Analisis Data dan Isu Plagiarisme, Yogyakarta, STIKES Surya Global Yogyakarta.

- Ridwan & Kuncoro, E. A. 2013. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*. 1(1),
- Rizalfalal, M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 9(09), 1-15.
- Rizqi, Murul Fthiatur. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi. *Skripsi*, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq. Jember.
- Saleh, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Perbankan Pada Bank Rakyat Indonesia (Bri) Cabang Jakarta Sunter. *Jurnal Ekonomi dan Industri*. 20(1).
- Sani, Achmad Sani & Vivin Maharani. 2010. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. Malang: UIN MALIKI Press.
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pd Bpr Bank Daerah Klaten. *Excellent*. 6(2), 124-135.
- Saputra, A., & Ovan (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Selamet, S., & Masrokhah, 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.
- Setianingsih, F. A., Ety, E., & Supriyadi, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan

- Banten, TBK di Wilayah Depok). *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. 1(1), 198-214.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square. *E-Journal Widya Ekonomika*. 2(1), 38-45.
- Setyaningsih, S. (2020). *Analisis Jalur (Path Analysis) & Metode SITOREM*. Bandung: Alfabeta.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 21(1), 157-168.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D 1*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryaningtyas, S. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang).
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(1), 69-84.
- Syahputri, F. (2021). : *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

- Tahun, R. A., Bunga, M., & Nyoko, A. E. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Lais Manekat Kota Kupang. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*. 7(2), 147-165.
- Triono, B. S., Penawan, A., & Haryanto, A. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Kredit pada PD. BPR Bank Daerah Sukoharjo. *ProBank*. 5(1), 45-54.
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *JOM FISIP*. 4(2), 1-16.
- Ulfah, N. N., Rahman, T., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPR Muara Uya. *JAPB*. 3(2), 477-490.
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *IKRA-ITH Ekonomika*. 4(2), 79-86.
- Wau, A. (2022). Pengaruh motivasi kerja dan efektivitas kerja terhadap produktivitas kerja dengan kualitas kerja sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 37-47.
- Widana, I. W., & Muliana, N. P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Yana, S. Sukei. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota pada KSPPS BMT Surya Raharja Bojonegoro*. *Soetomo Business Review*, 3: 103-124.
- 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)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Kependidikan*. 7(1), 17-23.

- Zaputera, H., Amri, A., & Radiansyah, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang berdampak pada Loyalitas Konsumen. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. 5(2), 34-52.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 3(1), 26-38.
- Zulkarnain, R., & Ramdansyah, A. D. (2018). 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 Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*. 2(2), 235-253.
- Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & 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(01), 87-110.



Lampiran 9

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Data Pribadi**

Nama : Purwandari Lestari
 Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 01 Juni 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Ds. Banyuputih RT:03/RW:01,
 Banyuputih- Batang
 Agama : Islam
 E-mail : purwandarilestari06@gmail.com

B. Data Orang Tua

Nama Ayah : Purwanto
 Pekerjaan : Buruh
 Nama Ibu : Darti Lestari
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Alama : Ds. Banyuputih RT:03/RW:01,
 Banyuputih-Batang

C. Riwayat Pendidikan

1. TK Among Putra Banyuputih (2004-2005)
2. SD Negeri Banyuputih 01 (2005-2011)
3. SMP Negeri 1 Limpung (2011-2014)
4. SMA Negeri 1 Subah (2014-2017)
5. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

D. Pengalaman Organisasi

1. HMJ Perbankan Syariah, Anggota Departemen Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Riset (2018)
2. HMJ Perbankan Syariah, Koordinator Departemen Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Riset (2019)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 25 Juni 2024

Penulis,



Purwandari Lestari