

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK MUDHARABAH
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA BAITUT TAMWIL HIDAYATULLAH AMANAH
KOTA KUDUS
SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :
Wahyu Arya Kusumadika
NIM 1905026045

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185

website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Wahyu Arya Kusumadika

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Walisongo
Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya,
dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Wahyu Arya Kusumadika
Nim : 1905026045
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah
Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah
Amanah Kota Kudus**

Dengan ini Saya Mohon Kiranya Skripsi Saudari Tersebut Dapat Segera
Dimunaqosyahkan. Atas Perhatiannya Kami Ucapkan Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 6 Februari 2022

Pembimbing II

Pembimbing I

Dr. H. Wahab, MM,
NIP. 196909082000031001.

Faris Salahuddin Zakiy, M.E.
NIP. 199002272019031012.

PERSEMBAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Wahyu Arya Kusumadika
NIM : 1905026045
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal:

29 Mei 2023

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 30 Mei 2023

Ketua Sidang

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP.198907082019032018

Sekretaris Sidang

Dr. H. Wahab, M.M.
NIP. 196909082000031001

Penguji I

Irma Istiariyani, M.Si.
NIP.198807082019032013



Penguji II

Rakhmat Dwi Prambudi, M.Si.
NIP.198607312019031008

Pembimbing I

Dr. H. Wahab, M.M.
NIP. 196909082000031001

Pembimbing II

Faris Salahuddin Zakiv, M.E.
NIP. 199002272019031012

MOTTO

“Banyak orang bertitle tetapi tidak berkualitas, dan banyak orang berkualitas walaupun tidak bertitle.

Maka, jadilah orang yang bertitle dan berkualitas”¹

“Kesuksesan itu adalah impian yang harus dicapai dengan kerja keras”

(Penulis)

¹ Ahmad Suharto, *Seranai Kearifan Gontory Kata Bijak Perintis dan Masyayikh Gontor*, Yogyakarta; Namela Grafika, 2016, h.60

PERSEMBAHAN

Sebagai tanda terima kasih dan bukti, beribu – ribu lafadz syukur saya ucapkan kepadaMu ya Rabb atas terselesaikannya sebuah karya kecil penuh perjuangan, dengan segala kerendahan hati, saya mempersembahkan karya sederhana berupa skripsi ini kepada :

1. Orang Tua tersayang dan tercinta, Ayahanda Subandi sosok yang Tangguh luar biasa yang pula selalu mendoakan, Ayahanda tercinta bapak Subandi yang tidak pernah lelah berdo'a dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Almarhumah ibunda tercinta ibu Kanti Hartati AMK.g yang darinya aku belajar arti ketegaran dan perjuangan.
3. Kakak tercinta Asri Andika Amalia, S.Pd dan Muhyiddin Taufiq Ardhiyyan,M.E., CBV yang telah memberi dukungan, membantu penulis dan selalu memberikan hal-hal positif kepada saya.
4. Kepada Roshif Rozani, S.H terima kasih sudah hadir dan menjadi penyemangat di semester akhir ini.
5. Kepada keluarga besar KKN Reguler 79 Posko 22, terima kasih do'a dan pengalamannya selama di perkuliahan.
6. Teman-teman Prodi Ekonomi Islam EI-B 2019 yang selalu kebersamai dari awal perkuliahan sampai dengan saat ini.
7. Teman – Temanku Agnes, Gilang, Dwiky, Saniya, Lisa, yang membantu dan selalu memberikan do'a dukungan dan semangatnya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Teman-teman disekitar rumah yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.

DEKLARASI

DEKLARASI

Penulis dengan ini menyatakan bertanggung jawab dan kejujuran bahwa skripsi ini tidak mengandung materi yang ditulis oleh pihak lain atau diterbitkan. Demikian adanya, skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain terkecuali informasi yang diberikan terdapat dalam bahan materi referensi sebagai acuan penulis.

Semarang, 16 Maret 2023

Deklator



Wahyu Arya Kusumadika

1905026045

ABSTRAK

Pada era globalisasi Saat ini banyak lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah Islam. Dengan begitu Lembaga keuangan Syariah harus memiliki peranan yang penting agar suatu produk yang akan dipasarkan itu diminati oleh banyak masyarakat, Baitut Tamwil Hidayatullah dapat menjadi salah satu harapan yang berperan sebagai fasilitator kegiatan perekonomian, untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro kecil, Dilihat dari kenyataan yang ada pada saat ini, Baitut Tamwil Hidayatullah harus mampu menghadapi masalah yang ada sehingga Baitut Tamwil Hidayatullah dapat lebih meningkatkan kualitas lembaga sendiri supaya dapat mencapai tujuan yang ditetapkan, salah satunya yaitu dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya yang menurun yaitu produk Mudharabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk mudharabah terhadap loyalitas anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel yaitu cluster sampling. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan datanya menggunakan kuisioner dengan sampel 40 orang responden anggota yang menggunakan produk mudharabah pada Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mudharabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus yang artinya 83,9% variasi loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kualitas produk mudharabah secara Bersama – sama.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Mudharabah dan Loyalitas Anggota

ABSTRACT

In the current era of globalization, many financial institutions apply the principles of Islamic Sharia. That way Islamic financial institutions must have an important role so that a product to be marketed is in demand by many people, Baitut Tamwil Hidayatullah can be one of the hopes that acts as a facilitator of economic activity, to improve the quality of the economy of micro and small entrepreneurs, Judging from the existing reality at this time, Baitut Tamwil Hidayatullah must be able to deal with existing problems so that Baitut Tamwil Hidayatullah can further improve the quality of the institution itself so that it can achieve the stated goals, one of which is to improve the quality of service and the declining quality of its products, namely Mudharabah products.

This study aims to determine and analyze the effect of service quality and mudharabah product quality on the loyalty of members of Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah, Kudus City. This study used a quantitative method with a sampling technique, namely cluster sampling. In this study, the data collection method used a questionnaire with a sample of 40 member respondents who used mudharabah products for Members of Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah, Kudus City. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis technique.

Based on the results of the analysis that has been carried out, it can be concluded that the variables of service quality and mudharabah product quality affect customer loyalty in the Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah City of Kudus, which means that 83.9% of the variation in the loyalty of BTH Amanah members in the City of Kudus can be explained by the quality of service and product quality of mudharabah together. - The same.

Keywords: Service Quality, Mudharabah Product Quality and Member Loyalty

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah hal yang krusial di dalam skripsi. Sebab pada umumnya banyak istilah dari Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang pada aslinya ditulis dengan alfabet Arab wajib disalin ke dalam alfabet latin. Guna menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu panduan transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonanan.

ع = 'a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dz	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = 'a	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal.

ا = a

ي = i

و = u

C. Diftong.

اي = ay

او = aw

D. Syahadah

Tasydid dialambangkan dengan konsonan ganda misalnya, الطب al-thibb

E. Kata Sandang. (ال..)

Katasandang (ال..) ditulis dengan *al..* misalnya الصناعة = al-shina'ah. Al- ditulis

dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat

F. Ta, Marbutoh.

Setiap *ta marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = al-ma’isyah al-thabi’iyyah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang maha pengasih Allhamdulillah penulis ucapkan segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Penyayang. Shalawat dan salam dapat tersampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang mulia setiap saat. Akhirnya dengan rahmat dan pertolongan Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus” sebagai salah satu syarat kelulusan Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, Proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan sehingga pada akhirnya karya ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Nurudin, S.E., M.M. selaku Sekjur Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag. Selaku dosen wali selama saya menempuh Pendidikan di bangku perkuliahan di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Wahab, MM. selaku pembimbing I yang telah memberikan saran, arahan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi.
6. Bapak Faris Salahuddin Zakiy, M.E, selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan bantuan serta saran dalam proses penulisan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan yang sangat bermanfaat.
8. Seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang, khususnya staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan skripsi ini.

9. Ayah, almarhumah Ibu, dan kakak tercinta yang telah membesarkan dan mendoakan dengan tulus dan ikhlas untuk kesuksesan anaknya.
10. Teman-teman yang sudah memberikan support kepada saya dalam pembuatan skripsi ini.

Terima kasih banyak, atas nama penulis. Semoga Allah SWT membalas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun dari segi kepenulisanya..

Akhir kata, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

Semarang, 16 Maret 2023

Penulis,



Wahyu Arya Kusumadika

NIM. 1905026045

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Pengertian Kualitas	13
2.1.3 Pengertian Layanan.....	15
2.1.4 Indikator Kualitas Layanan	16
2.1.5 Kualitas Pelayanan Dalam Prespektif Islam	19
2.2 Kualitas Produk Mudharabah.....	21
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	22
2.2.3 Pengertian Akad Mudharabah.....	23
2.2.4 Skema Produk Mudharabah	24
2.3 Loyalitas Anggota	25
2.3.1 Pengertian Loyalitas.....	25

2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	26
2.3.3	Indikator Loyalitas Anggota	26
2.4	Peneliti Terdahulu	27
2.6	Pengembangan Hipotesis	31
BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Sumber Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Skala Pengukuran	36
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.6.1	Variable Independen (Variabel Bebas).....	38
3.6.2	Variable Dependen (Variabel Terkait).....	38
3.7	Teknik Analisis Data	38
3.7.1	Analisis Deskriptif	38
3.7.2	Uji Instrumen Penelitian	39
3.8	Asumsi Klasik	39
3.8.1	Uji Normalitas.....	39
3.8.2	Uji Multikolinieritas.....	39
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.9.1	Uji Signifikan Parsial (T-test).....	40
3.9.2	Uji Signifikan Simultan (F-test).....	41
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	41
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1	Profil Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus	42
4.1.2	Visi, Misi dan Mutu Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.....	43
4.1.3	Struktur Pengelola Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus	43
4.2	Gambaran Umum Responden	43
4.2.1	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	44
4.2.2	Deskripsi Responden Menurut Usia	44
4.3	Teknik Analisis Data	45
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	45
4.3.2	Uji Instrumen Penelitian	46

4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.4	Uji Normalitas.....	49
4.3.5	Uji Multikolinieritas.....	50
4.3.6	Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.3.7	Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.4	Uji Hipotesis.....	54
4.4.1	Uji T (Parsial).....	54
4.4.2	Uji F (Simultan)	55
4.4.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.5	Pembahasan	56
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Anggota	56
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Mudharabah terhadap Loyalitas Anggota	57
BAB V PENUTUP.....		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....		60
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karakteristik BTH Amanah Kota Kudus	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3 Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 4 Responden Menurut Jenis Kelamin	44
Tabel 5 Responden Menurut Usia.....	44
Tabel 6 Responden Menurut Pekerjaan	45
Tabel 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 8 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Layanan	48
Tabel 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk Mudharabah	48
Tabel 11 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Anggota	48
Tabel 12 Hasil Pengujian Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	49
Tabel 13 Hasil Pengujian Multikolonieritas	50
Tabel 14 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	51
Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 16 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	54
Tabel 17 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Simultan (Uji f).....	55
Tabel 18 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Akad Pembiayaan BTH Amanah Kota Kudus	6
Gambar 2 Data Anggota Mudharabah	7
Gambar 3 Skema Produk Mudharabah	25
Gambar 4 Kerangka Konsep Penelitian	31
Gambar 5 Rumus Uji Koefisien Determinasi	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi Saat ini banyak lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah Islam, saat ini sudah banyak Lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah Islam seperti Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Baitut Tamwil Hidayatullah, Lembaga keuangan Syariah, yaitu dimana perantara keuangan antara penabung dan pengguna uang. Anggota yang dimana mempercayai Lembaga keuangan karena mereka dapat memilih peluang investasi yang menarik dan menguntungkan. Baitut Tamwil Hidayatullah merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Maka muncul sebuah usaha untuk mendirikan Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti Baitul Tamwil Hidayatullah (BTH), yang bertujuan untuk dapat mengatasi hambatan operasionalisasi untuk kalangan masyarakat yang kurang.

Baitul Tamwil Hidayatullah (BTH) juga ikut berperan penting dalam mengembangkan Ekonomi Syariah di Indonesia. Karena BTH ini yang nantinya juga dapat membantu dalam meningkatkan usaha perekonomian di masyarakat untuk kalangan menengah kebawah, bantuan tersebut juga dapat dalam bentuk tambahan modal atau pembiayaan untuk dapat meningkatkan sebuah usaha. Untuk meningkatkan ekonomi masyarakat banyak sekali hambatan yang harus dihadapi, selain modal hambatan psikologis sebagai umat Islam yang ahrus bertransaksi secara halal serta menghindari system riba dan gharar. Adanya peran sebagai fasilitator kegiatan perekonomian, pembangunan dengan langkah produktif untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro kecil, terutama dengan menggalakkan kegiatan tabungan dan dukungan pembiayaan. Di sisi lain, untuk BTH dan Lembaga keuangan Syariah.²

Baitut Tamwil bertindak sebagai pelaksana kegiatan pembangunan. Langkah-langkah produktifitas dan berinvestasi untuk meningkatkan kualitas perekonomian Pengusaha mikro dan kecil, terutama dengan menggalakkan kegiatan menabung dan dukungan pendanaan bagi BTH dan lembaga keuangan syariah, tabungan pun merupakan tugas kerja dan investasi untuk menjalankan fungsi sehari-hari secara benar, profesional dan proporsional.³

Dengan begitu Lembaga keuangan Syariah harus memiliki peranan yang penting agar suatu produk yang akan dipasarkan itu diminati oleh banyak masyarakat. Maka dari itu, akan menimbulkan tingkat persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis, maka setiap perusahaan atau lembaga harus memperhatikan salah dari satu aspek yang sangat dapat membahayakan atau vital dalam manajemen

² Ahmad Syalsyaf, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah Di Ksps Bmt Ugt Sidogiri Capem Banyuputih Situbondo, (Dinar, 2019), hlm. 80

³ Fitri Nurhartati, Koperasi Syariah, (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012), hlm. 49

perusahaan yaitu pada kualitas pelayanan. Kepuasan Konsumen dapat menimbulkan kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Melayani secara optimal dan profesional dapat memberikan kesan yang baik pada pelanggan agar mereka tetap bertahan kembali sebagai mitra bisnis yang baik. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin menyadari hak-haknya. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan jika adanya pelanggan yang merasa tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat bersamaan, perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas.pelanggan untuk menerima layanan yang sama.⁴ Dimana tidak ada layanan yang berbeda bisa dilihat perkembangan ekonomi yang mengarah ke sini semakin di Negara Indonesia, membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat.

Kenyataan yang ada pada saat ini, setiap perusahaan harus mampu menghadapi sekaligus mengatasi berbagai masalah yang menimbulkan berbagai hal yang menantang sehingga perusahaan lebih meningkatkan kualitas perusahaannya sendiri supaya dapat mencapai tujuan yang ditetapkan dengan salah satunya yaitu dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya. Sebagai Lembaga keuangan syariah yang dirancang untuk berinteraksi satu sama lain, sering kali muncul kebutuhan bagi departemen untuk bekerja sama guna meningkatkan ekonomi dan tidak mengabaikan keinginan dasar manusia. Sudah merupakan kewajiban bagi suatu lembaga untuk bisa bersifat dinamis mengenai perubahan dari sifat atau karakteristik dari pembeli maupun target pasar itu sendiri, karena dengan mempelajari informasi tersebut, perusahaan bisa merancang suatu pemetaan pemasaran/marketing melalui cara yang benar dan efektif, yang dalam arti lain terdapat kecocokan atau keselarasan dengan kemauan konsumen atau target pasar yang mana nantinya konsumen tersebut akan merasa puas terhadap barang/jasa yang ditawarkan.⁵ Pada kenyataannya, beberapa orang kaya tidak dapat mengelola kekayaan mereka secara efektif dan karenanya memilih untuk menyumbangkan sebagian dari kekayaan mereka kepada orang lain yang kurang beruntung daripada menginvestasikannya kembali sendiri.

Persaingan dengan bank konvensional saat ini semakin meningkat, sehingga lembaga keuangan syariah harus lebih meningkatkan kualitas layanannya secara tepat. Ini berarti bank syariah perlu meningkatkan kualitas layanan mereka secara signifikan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Jika layanan sesuai standar, penerima akan memiliki pengalaman positif dan menganggap layanan yang diberikan berkualitas tinggi. Lembaga juga bertanggung jawab untuk menjaga uang yang disetorkan pelanggan mereka kepada mereka. Maka distribusi keuntungan

⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), hlm. 116-117

⁵ SUYADI PRAWIROSENTONO, *Bahasan Komprehensif Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis Disertai: Analisis Dan Studi Kasus* (Bumi Aksara, 2002), h. 25.

anggota akan membaik.

Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang bergerak di bidang simpan pinjam yang berbasis syariah dan dengan prinsip bagi hasil, yang sesuai dengan hukum Islam, baik dalam kegiatan simpanan harian, simpanan untuk persiapan anak sekolah, kegiatan pembiayaan usaha, dan pembelian kredit. Dalam pelaksanaan usahanya BTH Amanah berpedoman pada visi, misi, tujuan dan kebijakan mutu manajemen, core values, service, dan layanan. Lembaga keuangan Islam dapat mempertahankan standar tinggi dengan menggunakan konsep bagi hasil mudharabah, yang memastikan bahwa anggota dapat memperoleh keuntungan yang besar tanpa mengurangi keadilan. Efisiensi dimana BTH dan Lembaga Keuangan Islam lainnya menginvestasikan kembali uang klien. Anggota serta BTH, manajer, dapat melihat keuntungan dari ini.

BTH dapat menjadi harapan untuk lembaga yang mendukung kegiatan khususnya dalam ekonomi masyarakat kecil menengah dengan berbasis prinsip syari'ah. Adanya BTH didirikan untuk merepretasi dari kehidupan masyarakat saat ini dengan harapan BTH mampu mengordinir kebutuhan masyarakat. Dengan menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat dengan cara menawarkan beberapa produk yang menggunakan akad dengan prinsip syari'ah guna mencari keberuntungan dengan tidak meninggalkan kepentingan sosial didalamnya.⁶ Mudharabah merupakan jenis pembiayaan yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Akad mudharabah merupakan salah satu akad yang digunakan dalam transaksi keuangan syariah. Akad mudharabah adalah keuangan aktual yang disediakan oleh bank syariah untuk bisnis dan individu untuk menyelesaikan sesuatu. Di sini, lembaga keuangan Islam berperan sebagai shahibul maal, atau pemilik uang, dan menyediakan semua modal yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi. Pemilik perusahaan (anggota) berfungsi sebagai mudharib, atau manajer.⁷ Maksud dan Tujuan Kehadiran BTH sendiri yaitu :

1. Membantu pemulihan ekonomi dan memberikan anggota usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lebih banyak keagenan.
2. Memperkuat jaringan untuk bisnis-bisnis tersebut.
3. Membangun struktur moneter berdasarkan hukum agama (halaqoh) dan masyarakat
4. Membantu Hidayatullah menyelesaikan fondasi peradaban dunia.
5. Membantu umat Islam terlibat dalam perdagangan halal dan menghindari riba.

Manajemen BTH sendiri berdedikasi untuk membuat organisasi yang paling diandalkan anggotanya untuk dukungan keuangan, sebagaimana dinyatakan dalam Kebijakan Mutu Manajemen

⁶ Muhammad, Sistem dan Prosedur Bank Syariah, Yogyakarta: Tim UII Press, 2000. H.59

⁷ Zainuddin Ali, Hukum Ekonomi Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.167.

BTH. Menjamin kepuasan penuh di antara anggota, Memfasilitasi pengaturan profesional yang mengundang dan nyaman, bergaya dan berwibawa, Memanfaatkan suatu hal yang menimbulkan strategi atau tingkat efisiensi terdepan di pasar dalam semua kegiatan manajemen BTH, memberikan pengembalian yang memuaskan sesuai dengan gagasan ekuitas terhadap semua pemangku kepentingan, Tingkatkan output BTH secara terus menerus melalui penggunaan Sistem Manajemen Mutu yang baik. Menambah nilai tumbuhnya lembaga Hidayatullah dan pandangan dunia Islam secara keseluruhan. Maka dari itu, mengelola suatu kredit atau pembiayaan ini adalah suatu kegiatan yang perlu diperhatikan oleh setiap lembaga keuangan yang ada saat ini dengan termasuk pada penyelesaian suatu pembiayaan. Pengetahuan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam suatu produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Novita Kusuma Maharani dan Ani Silvia menyatakan bahwa pengetahuan konsumen terhadap suatu produk memiliki dampak yang berbeda terhadap perilaku, seperti perilaku mereka dalam pencarian informasi produk. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang berlebih akan berpengaruh pada evaluasinya terhadap karakteristik produk.⁸ Seperti Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Dalam hal ini BTH sebagai lembaga ekonomi mikro syariah dalam pelaksanaannya harus mengkituti pada aturan-aturan syariah Islam. Hal ini dapat dilakukan guna mengurangi resiko kerugian yang menimbulkan pembiayaan bermasalah.

Tabel 1 Karakteristik BTH Amanah Kota Kudus

Keimanan	Pendirian BTH merupakan wujud pelaksanaan prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata dengan orientasi adalah Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Keterpaduan antara lain nilai spiritual emosional dan akal, akan mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, aktif progresif, adil dan berakhlak mulia.
Keluargaan	Islam dengan penuh kebersamaan/jamaah antara anggota pengelolaan dan tumbuh sehingga tercipta gaya organisasi yang baik.
Kemandirian	BTH didirikan untuk pengendalian umat dan tidak mengandalkan bantuan dari pihak manapun.
Profesionalisme	Manajemen BTH harus mengeloladengan sistem aplikasi dan tata kelola yang baik seperti transparansi dan akuntabilitas. Pengelola BTH harus mendapatkan penghidupan yang layak dan berkah.

⁸ Novita Kusuma Maharani dan Ani Silvia, 2019, *ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL, AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantrop*

Amal makruf nahi mungkar	Kehadiran BTH menjadi model dakwah baru terutama dalam bidang ekonomi, mengingat model ini masih belum banyak berkembang.
Istiqomah	BTH harus dikelola dengan konsisten dan berkelanjutan tanpa henti dan tanpa putus asa, setelah mencapai suatu tahap, maju ketahap berikutnya dan hanya kepada Allah kita berharap

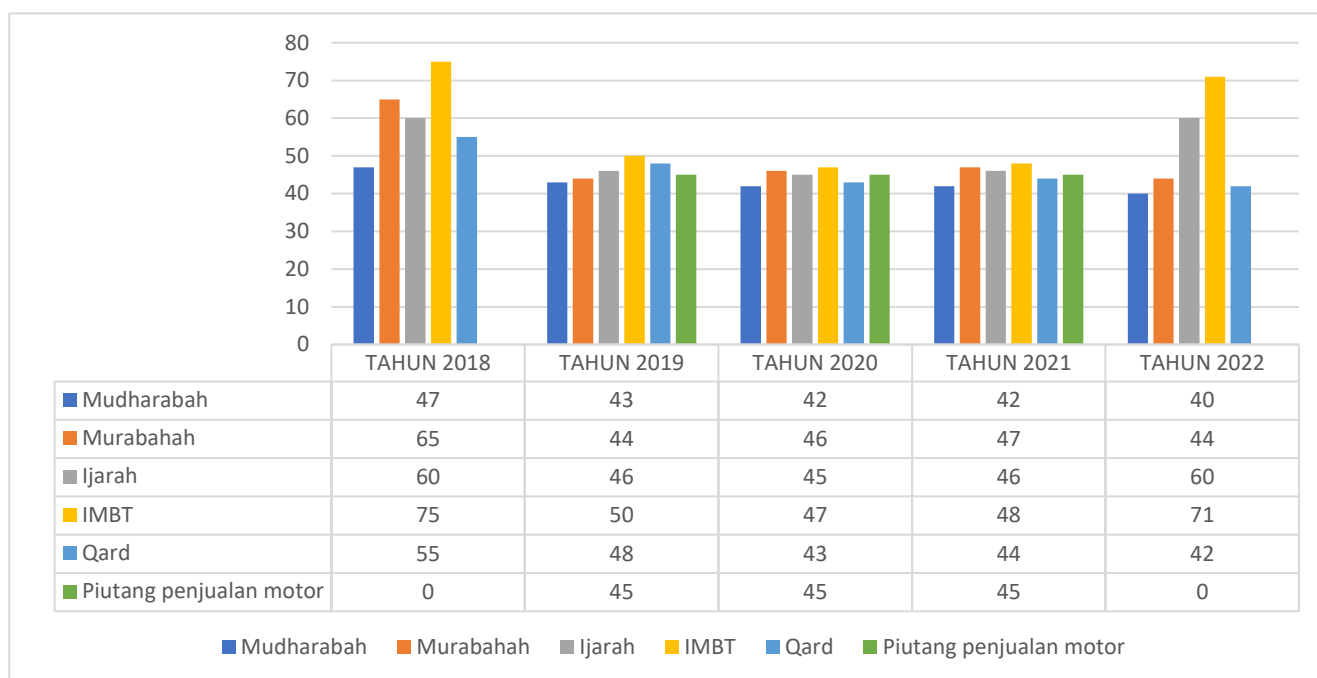
Sumber : Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

Dari karakteristik diatas dapat dijelaskan bahwasannya Baitut Tamwil Hidayatullah merupakan Sentra usaha mandiri yang memuat mal wal tamwil dengan kegiatan pengembangan usaha penanaman modal. Maka dari itu BTH memiliki kegiatan sosial untuk membantu perekonomian di masyarakat yang dapat berupa : penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa. Dengan adanya BTH agar mampu menunjukkan kualitas dan profesionalisme BTH, sehingga dapat aspirasi dan tuntunan masyarakat yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi, dengan terealisasinya aspirasi dan tuntutan tersebut dapat menunjukkan bahwa BTH telah berhasil mendapatkan posisi sebagai sebuah lembaga keuangan syariah yang *capable dan credible*.

Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan taraf hidup perkenomian yang lemah, dengan memberikan pembiayaan untuk menambah modal Usaha Mikro Kecil Menengah, sehingga usaha kecil mampu mengelola dan meningkatkan produktivitas pengusaha mikro. Dengan demikian masyarakat kecil tidak lagi meminjam kepada renternir yang tidak akan menyelesaikan masalah tapi malah mencekik masyarkat kecil lantaran memberi pinjaman dengan bunga yang tinggi.⁹ yang mana ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi bagi pengusaha kecil dan menengah antara lain dengan mendorong kegiatan usaha hemat dan menunjang kegiatan ekonominya secara finansial. Berorientasi bisnis, bertujuan untuk mencari keuntungan bersama dan meningkatkan pemanfaatan seluruh potensi ekonomi yang ada bagi anggota dan lingkungannya sebesar-besarnya. Berikut adalah data anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus:

⁹ Novita Anggraini, "Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng," *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgri Kediri*, 2018, 1–108.

Gambar 1 Grafik Akad Pembiayaan BTH Amanah Kota Kudus



Sumber : Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

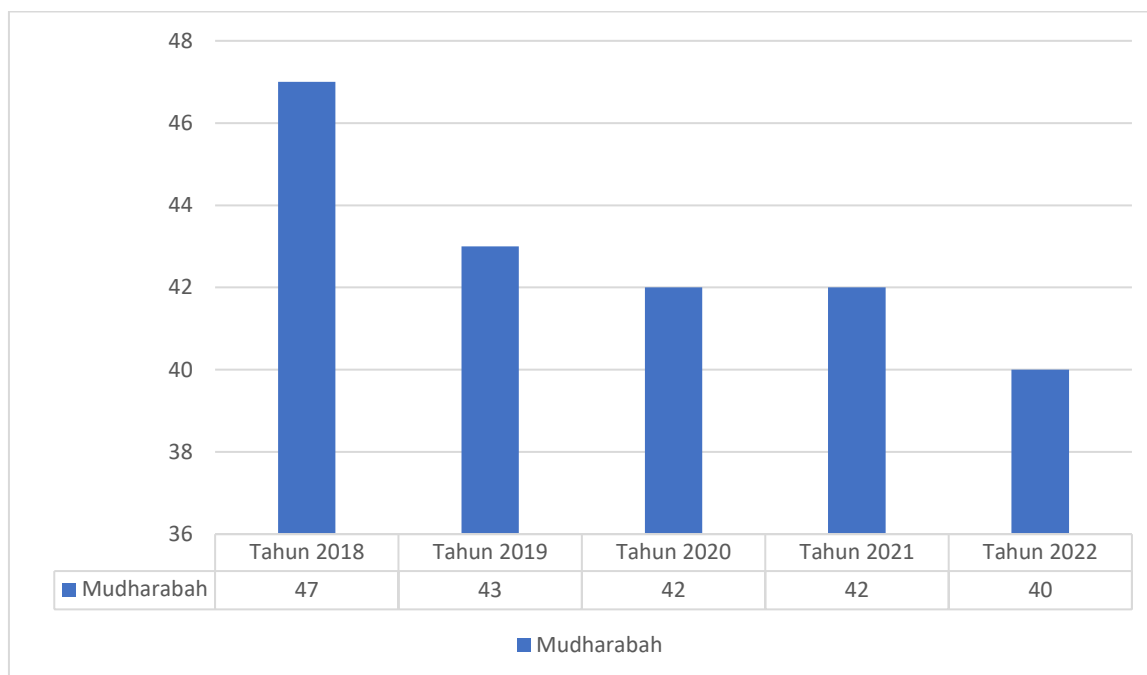
Dengan dilihat berdasarkan data mulai dari tahun 2018 sampai dengan 2022 terdapat 257 anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus, dan terdapat penurunan anggota pada produk mudharabah disetiap tahunnya dengan salah satu cara yang dapat dijalani yaitu pembinaan serta pendanaan yang didasarkan dengan sistem syariah. Setelah itu di eksekusi dan disertai peran BTH sebagai penegasan bagaimana penting arti dari prinsip syariah yang ada pada ekonomi masyarakat. Lembaga keuangan syariah sebagai pembantu kelangsungan hidup masyarakat kecil yang cukup akan ilmu pengetahuan dan materi mengenai apapun itu sehingga mempunyai pengembanan misi ke islaman di dalam kehidupan.

Semakin berkembang suatu lembaga keuangan maka akan muncul resiko lebih besar akan dihadapi, tidak memungkiri hal ini dapat terjadi pada BTH Amanah Kota Kudus, dilihat dari sebagian anggota yang menggunakan produk mudharabah maka dari itu resiko yang dihadapi juga akan semakin besar. Resiko ataupun masalah beriringan muncul terhadap pembiayaan pada produk mudharabah yang dapat menimbulkan ketidak stabilan pendanaan dari BTH. Pembiayaan sendiri mendefinisikan sebagai pendanaan yang dilakukan lembaga pembiayaan seperti halnya Bank syariah terhadap pelanggannya.

Pembiayaan secara luas yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain.¹⁰

¹⁰ Kasmir, Dasar-dasar Perbankan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 325

Gambar 2 Data Anggota Mudharabah



Sumber : Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

Dengan didasari hasil survey sementara yang dilakukan oleh peneliti yang dilakukan pada BTH Amanah, yang merupakan salah satu Lembaga keuangan syari'ah di Kota kudus yang masih adanya penggunaan pembiayaan mudharabah. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap produk mudharabah sehingga mempengaruhi loyalitas anggota. Dalam hal tersebut terlihat pada tahun 2018-2022 terdapat penurunan anggota Baitut Tamwil Hidayatullah pada produk pembiayaan mudharabah. Fakta yang terjadi adalah anggota yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan yang diberikan lembaga, sehingga anggotalah yang bisa menilai kualitas pelayanan. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang baik bukan dilihat dari sudut pandang lembaga, namun didasarkan pada sudut pandang anggota. Oleh karena itu lembaga perlu untuk meningkatkan loyalitas anggotanya.¹¹

Kualitas pelayanan merupakan kesan utama yang diterima oleh konsumen, hal itu juga yang mempengaruhi loyalitas serta kepuasan pada konsumen sehingga berkeinginan untuk menggunakan jasa pada lembaga yang sama dikemudian hari. Penelitian yang dilakukan oleh Dita Putri Anggraeni (2017) pada situasi seperti ini lembaga mendapatkan keuntungan lebih maksimal karena loyalitas pelanggan sudah terbentuk. Hubungan baik inilah yang harus terus dijaga oleh lembaga untuk mempertahankan pelanggan. Sedangkan fenomena lain terjadi pada variabel kualitas produk mudharabah. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seorang pelanggan yang digambarkan setelah

¹¹ Rahayu, Sri & Wati, Lela. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen. 8. Hal. 117-122.

membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang ditawarkan perusahaan.¹² Kualitas produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Dalam hal ini, produk yang dimaksud adalah produk pembiayaan mudharabah. Mudharabah merupakan ciri khas dari ekonomi syariah, yang lebih mengedepankan hubungan kerja sama diantara dua atau lebih pihak. Konsep mudharabah bukan merupakan turunan dari konsep di ekonomi konvensional. Ini berbeda dengan produk pada perbankan syariah lainnya yang sebagian besar merupakan turunan dari produk bank konvensional ditambah dengan pendekatan akad atau konsep syariah.

Artinya jika anggota merasa puas akan produk mudharabah, maka dapat meningkatkan kualitas produk mudharabah pada Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus. Akan tetapi, dalam data tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2018-2022 mengalami penurunan. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang penerapan akad mudharabah yang ada pada BTH Amanah Kota Kudus ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Loyalitas memiliki peranan penting untuk mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup Lembaga. Sehingga loyalitas adalah kesetiaan seseorang pada suatu barang atau jasa tertentu dan konsumen yang sudah loyal pada suatu produk akan memberikan keuntungan yang berlipat ganda pada perusahaan. Komitmen yang diberikan konsumen pada produk tersebut membuat kelebihan yang diberikan pesaing tidak menjadi hal yang bisa merubah pendapatnya mengenai produk tersebut. Selain itu konsumen yang loyal akan menjadi duta promosi secara tidak langsung kepada konsumen lain.¹³

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya antara lain Muthia Anggraeni (2022) memperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan keunggulan produk dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat Bandung. Sementara itu, penelitian yang dilaksanakan oleh Mayantya Diyaningtiyas (2020) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Perbedaan penelitian terletak pada variabel dan objek penelitian pada penelitian yang terjadi sebelumnya. Penelitian saat ini menggunakan objek anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus yang menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Peneliti menyatukan beberapa variabel dalam penelitian yang sudah terjadi sebelumnya seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk mudharabah terhadap loyalitas anggota.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dilihat bahwa terdapat kaitan antara kualitas

¹² Anggraeni, Dita P., et al. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 37, no. 1, 25 Aug. 2016, Hal.171-177.

¹³ G.R. Olivia, and N. Ngatno, *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline di Semarang)*, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2021, Vol, 10, NO. 1, Hal. 742-757

pelayanan dan kualitas produk mudharabah terhadap loyalitas anggota. Maka perlu BTH mengetahui perilaku konsumennya, agar dapat menerapkan strategi pengembangannya. Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah sebagai lembaga keuangan Syariah agar terus berusaha memberikan yang terbaik untuk kepuasan anggotanya, agar tidak pindah kepada kompetitornya seperti lembaga keuangan non syariah yang juga semakin gencar meningkatkan kualitas lembaganya. Sehubungan uraian dan penjelasan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membahas mengenai : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan, yang menjadi pertanyaan pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk Mudharabah terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah secara simultan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari permasalahan mengenai masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Mudharabah berpengaruh terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Kualitas Produk mudharabah secara simultan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini terbagi menjadi manfaat secara teoritis dan manfaat praktis sebagaimana seperti berikut :

1) Manfaat Teoritis

- a. Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan bukti secara empiris dimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mudharabah Terhadap loyalitas anggota BTH Amanah kota Kudus.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan tambahan wawasan pemikiran dengan berkembangnya ilmu pengetahuan di bidang ekonomi islam mengenai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah terhadap loyalitas anggota untuk perkembangan dan kemajuan BTH Amanah kota Kudus.
- c. Menjadi pengalaman dan penambah pengetahuan bagi peneliti dan individu yang membutuhkan pengetahuan mengenai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah terhadap loyalitas anggota di BTH Amanah kota Kudus.

2) Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan informasi yang bermanfaat bagi BTH Amanah Kota Kudus.
- b. Hasil untuk penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada UIN Walisongo dalam pengembangan ilmu pengetahuan ataupun dapat juga sebagai alat kebijakan Lembaga untuk menghadapi perkembangan ilmu dan teknologi saat ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Teks kajian ini disusun secara sistematis, dengan Bab I sebagai pendahuluan, Bab II sebagai tinjauan pustaka, Bab III sebagai uraian metode penelitian yang digunakan, bab IV pembahasan temuan, dan Bab V sebagai kesimpulan. Berikut ini adalah daftar semua isi dari setiap bagian.:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang, rumusan pada masalah, tujuan dalam penelitian, kegunaan terhadap penelitian dan sistematika penulisan, dan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai landasan teori menunjang suatu penelitian, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pikir hipotesis yang diajukan dalam penelitian, selanjutnya

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian dalam penulisan skripsi ini. Berisi tentang variable penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang digunakan, kemudian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari sebuah penelitian dalam penulisan skripsi ini. Berisi tentang variable penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang telah disiapkan, dan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian terpenting yang berisi mengenai kesimpulan dan analisis data dan pembahasan. Selain itu juga berisi saran-saran yang direkomendasikan kepada pihak – pihak tertentu serta mengungkapkan keterbatasan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen

Barmola & Strivastava (2014) dalam Inke dan Irwansyah mengatakan bahwa definisi dari perilaku konsumen sendiri mengenai tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan dalam memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, layanan, pengalaman, atau ide untuk memenuhi kebutuhan dan dampaknya. proses pada konsumen dan masyarakat. Definisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen ini dapat terjadi secara individu, kelompok bahkan organisasi.¹⁴ Menurut Kotler & Keller, teori ini sendiri merupakan teori yang dimana menjelaskan mengenai perilaku seseorang menjelaskan hal- hal tentang proses bagaimana penentuan penyebab dan motif mengenai perilaku seseorang. Teori ini sendiri mengacu tentang bagaimana seseorang menjelaskan mengenai penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri.¹⁵

Penelitian ini didalamnya, peneliti menggunakan teori ini dikarenakan secara individu konsumen dapat melakukan banyak hal salah satunya dalam hal kualitas pelayanan dan kualitas produk. Maka keputusan dalam suatu penggunaan sendiri yaitu suatu kerangka kinerja yang berupa proses dalam suatu usaha melibatkan pilihan produk atau jasa yang akan di gunakan yang dipengaruhi oleh beragam faktor baik dalam faktor internal pembuatan keputusan lingkungan, situasi dan faktor lain dari sejak pengambilan keputusan itu sendiri belum ada perlakuan sehingga pembelian terputus.¹⁶

Perilaku konsumen sendiri mempunyai adanya beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen itu sendiri di dalam menentukan keputusan pembelian, seperti faktor-faktor yang dikemukakan Anju (2019) antara lain adanya faktor budaya terdiri atas budaya, subbudaya, dan kelas sosial, faktor sosial terdiri atas kelompok referensi, keluarga, peran, dan status, faktor pribadi terdiri atas usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup, Faktor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi,

¹⁴ Inke Nur Dewanti and Irwansyah Irwansyah, 'Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal', *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5.1 (2021), 99–109 <<https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1657>>.

¹⁵ Kotler, Philip & Armstrong, Gary. Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2018, hlm 45

¹⁶ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. A framework for marketing management, sixth edition, global edition. England: Pearson, 2016, hlm. 227

pembelajaran, dan memori.¹⁷

Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses dalam keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.¹⁸ Hal inilah yang kemudian dipadukan menjadi permasalahan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memenuhi tujuan loyalitas perusahaan dengan menyalurkan nilai kepada konsumen. Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan yang digunakan adalah pengukuran mengenai pelayanan, relevan dengan teori kotler & keller.

2.1.2 Pengertian Kualitas

Kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari produk atau jasa yang berkemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang tampak jelas maupun tersembunyi. Kualitas memiliki kaitan yang sangat erat dengan dunia perindustrian, baik industri barang maupun jasa. Definisi dari kualitas sendiri. Pengertian dari kualitas ini sendiri didasari dengan adanya pengalaman secara actual oleh para pelanggan atau konsumen kepada produk atau jasa di mana dapat diukur berdasarkan hal yang ada pada syarat. Maka dari itu sumber daya manusia yang ada akan menjadikan kualitas tinggi bagi perusahaan sehingga dapat terciptanya sesuatu produk dengan citra yang berkualitas juga. kualitas pada jasa sendiri bertuju pada kebutuhan untuk memenuhi keinginan-keinginan para pelanggan yang ada, serta dapat menyampaikan dengan tepat agar harapan para konsumen menjadi seimbang.

Berdasarkan pendapat yang berbeda tersebut, Kepuasan konsumen sendiri dapat menjadikan emosi yang menggambarkan kebahagiaan atau justru sebaliknya. Milik pribadi berdasarkan perbandingan dengan kenyataan dengan ekspektasi konsumen. Apabila produk Jasa yang dikonsumsi oleh konsumen sesuai dengan harapan mereka.¹⁹

Kualitas erat kaitannya dengan kondisi dinamis, baik dalam bentuk barang, jasa maupun selama proses penciptaan berlangsung. Standarisasinya adalah ketercapaian harapan-harapan yang ingin diraih orang. Dengan adanya Konsumen merasa puas ataupun sebaliknya. Tidak dapat dipungkiri bahwa preferensi dan harapan konsumen untuk produk tertentu akan berkembang dari waktu ke waktu, memerlukan perubahan kualitas produk yang sesuai. Pergeseran ini dapat berupa reorganisasi dalam perusahaan, pergeseran produk itu sendiri, pergeseran pengetahuan dan kemampuan tenaga kerja, atau

¹⁷ Anju Ayunda, Lu'liyatul Mutmainah, and Nurul Huda, 'Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim', *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3.2 (2019) <<https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.962>>.

¹⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm.2

¹⁹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 146.

pergeseran pasar itu sendiri.²⁰ Secara semua yang diperhatikan pada kualitas yang ada, di setiap Lembaga secara keseluruhan atau utuh wajib memperhatikan pada kualitas yang lebih baik. Semua dapat dilakukan dengan di arahnya pengertian baru mengenai apa itu pengaruh kualitas, dimana dengan tingkat produk yang ada sudah sesuai dengan kebutuhan atau kegunaan dan harapan para pelanggan. Jadi, Pengaruh pada kualitas itu sendiri akan menjadi tolak ukur sejauh manakah produk ataupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan para penikmat produk atau jasa tersebut.

Bergantung pada konteksnya, "layanan" dapat merujuk pada apa saja mulai dari peristiwa tunggal hingga rangkaian interaksi berkelanjutan antara pelanggan dan orang serta sumber daya yang ditawarkan oleh bisnis. Kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi segala sesuatu yang berhubungan proses produksi dan kualitas, seperti yang didefinisikan oleh definisi ini, adalah serangkaian karakteristik produk (baik aspek langsung maupun aspek menariknya) yang memungkinkannya memenuhi kebutuhan penggunaannya dan membuat mereka puas. Segala sesuatu yang tidak rusak dan tanpa cacat dianggap berkualitas tinggi. Deming menyatakan bahwa kualitas ditentukan oleh apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan.²¹

Layanan pelanggan tampaknya menjadi penekanan utama kualitas sejak awal, jika definisi ini benar. Dalam barang dan jasa yang dirancang untuk memenuhi preferensi dan persyaratan khusus dari pembeli individu. Kualitas juga berkaitan dengan kondisi fisik dan non fisik tentang sesuatu, kualitas tidak hanya diukur secara kualitatif, namun bisa juga menggunakan rentang angka statistik. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Brotoharsojo (2012) menyatakan bahwa kualitas berkaitan dengan taraf atau tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dinyatakan dalam suatu ukuran yang dapat dipadankan dengan angka. Mirip dengan bagaimana suatu bentuk kualitas dapat memotivasi tindakan ataupun perlakuan yang memuaskan terhadap keinginan-keinginan dan kebutuhan pelanggan, produk yang baru dikembangkan ataupun yang akan, Dengan menunjukkan upaya pada kualitasnya yang dimana jika nilainya sesuai dengan harapan pelanggan, produk digunakan dengan baik, dan dibuat dengan cara yang baik. cara yang tepat dan efektif.

²⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 169-197.

²¹ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), 7.

2.1.3 Pengertian Layanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1982) adalah cara melayani, jasa, atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Hodges pelayanan berasal dari kata melayani, yang berarti orang yang pekerjaannya melayani kepentingan dan kemauan orang lain. Sehingga suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Menurut Umar pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka dengan aktivitas yang dilakukan dalam rangka pemenuhan keinginan dan kebutuhan dari sejumlah pihak. Dengan hal nya pelayanan pelanggan yang dapat dikatakan sangat penting dilakukan oleh suatu Lembaga atau perusahaan.

Selain definisi pelayanan diatas, Kotler pun ikut mendefinisikan pelayanan sebagai “pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik”. Tidak adanya pelayanan yang memadai dan bagus, akan terjadi ketidakminatan pelanggan terhadap suatu produk yang akan di tawarkan atau dijualbelikan oleh pelanggan. Pengertian Pelayanan sendiri selain pada pelayanan pada setiap Tindakan atau dengan kegiatan yang bisa ditawarkan kepada satu pihak ke pihak yang lainnya, dengan dasarnya yang tidak terwujud dan tidak menjadikan kepemilikan apapun.²² Dari itu maka pelayanan disetiap ketersediaannya dengan adanya produk dan jasa yang ditawarkan yang masih berlaku dan sesuai dengan tempat diadakannya produk tersebut serta penyampaianya, setidaknya itu yang diinginkan dan diharapkan oleh para konsumen.²³

Berdasarkan pengertian pelayanan yang ada dapat di ringkas bahwasannya pelayanan ini dapat berupa bentuk kegiatan dilakukan untuk orang lain dengan harapan kegiatan yang dilakukan sudah sesuai yang diharapkan dan diminati oleh para konsumen. Dengan demikian mutu kondisi dinamis yang bisa menghasilkan pelayanan yang lebih baik, lebih murah, lebih cepat, lengkap dan tuntas. Dengan kata lain jika suatu produk, jasa atau proses yang dihasilkan tidak memenuhi harapan pelanggan berarti produk, jasa atau proses itu kurang bermutu. Maka pelayanan kepada pelanggan dikatakan bermutu bila memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sejalan dengan itu dikatakan pula bahwa pengertian mutu dapat diartikan sebagai hasil kinerja untuk suatu proses pekerjaan yang sesuai standar sebagaimana diharapkan oleh pelanggan.

²² Kotler Philip dan Garry Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, 354.

²³ Wibowati, Januarida, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Palembang, Pt Muarakati Baru Satu, Jurnal Manajemen. 8. 2021) h.15-31..

Pengertian dari kualitas pelayanan sendiri ini dapat menimbulkan step keunggulan yang dapat menimbulkan harapan dan pengendalian atas tingkat step keunggulan pada suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan para pelanggan. Selain itu kualitas dari layanan yang diterima oleh konsumen terlihat dari besarnya harapan dan keinginan para konsumen dengan tingkat persepsi yang mereka inginkan. Maka dari itu dapat dipelajari bahwa kualitas layanan ini ialah suatu upaya untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan dari para konsumen dengan adanya kualitas pelayanan.²⁴ pelayanan yang berkualitas dapat berpengaruh pada peningkatan kepuasan pelanggan, dimana kualitas itu sendiri dapat memberikan suatu motivasi terhadap pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dalam berhubungan.

2.1.4 Indikator Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah upaya untuk memberikan layanan ke publik secara optimal, maka kualitas pelayanan sendiri indikator dimana pelanggan dapat menilai dalam pemakaian pelayanan yang ada, di mana ada beberapa indikator kualitas layanan yang ada di antaranya²⁵ adalah sebagai berikut :

a. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah bentuk wujud kebutuhan dan keinginan untuk membantu para konsumen atau pelanggan dalam hal ketepatan waktu dengan penyediaan jasa yang ada. pada agama Islam kita terus harus saling menepati komitmen yang sudah ada dengan berjalannya sesuatu yang di promosikan pada suatu Lembaga atau perusahaan demi memberikan kualitas pelayanan yang baik meskipun apabila nanti Lembaga atau perusahaan belum bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan terbaik, dengan resiko yang dapat terjadi akan berkurangnya pelanggan dengan hal yang lebih fatal yakni ditinggalkan oleh pelanggan. Sebagaimana terdapat pada ayat Al-Qur'an surah Al-Insyirah ayat 7 yaitu :

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : “maka, apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”²⁶

Adanya ayat diatas menjelaskan bahwa Allah jika setelah selesai melakukan urusan duniawi, maka bersungguh-sungguhlah kepada Allah dalam beribadah seperti

²⁴ Rambat Lupiyoadi; Dedy A. Hamdani. *Manajemen pemasaran* (Jakarta, Salemba Empat, 2011)

²⁵ Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjani, Harnoto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal*, Vol 3, Ekonomi & Ekonomi Syariah, 2020, h.29.

²⁶ Q.S Al-Insyirah : 7

halnya bersungguh-sungguh mengerjakan sesuatu hal dengan daya tanggap yang tepat.

b. Jaminan (Assurance)

Jaminan merupakan suatu kemampuan karyawan atas pengetahuan informasi mengenai produk secara efisien, berkualitas, tepat, ramah dengan sikap dan perkataan yang sopan dalam memberikan pelayanan, sehingga ini menjadikan keterampilan yang baik dalam memberikan informasi yang ada. Anggota staf yang ingin membangun kepercayaan dengan pelanggan tidak boleh menyesatkan mereka atau menggunakan bahasa yang menipu dalam interaksi mereka dengan pelanggan. Demi menjaga kepercayaan publik terhadap organisasi atau bisnis. Dengan mengikuti pedoman islam dan syariat dalam bermuamalah. Allah telah memberikan peringatan mengenai etika dalam berperilaku dengan baik seperti pada ayat Al-Qur'an surah Asy-syura' ayat 181-182 yaitu :

وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَوِيمِ ۗ، وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk kedalam orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”*²⁷

Berdasarkan ayat diatas menerangkan bahwa apabila diantara kita melakukan suatu transaksi terhadap orang lain, maka sempurnakan takaran diantara mereka dan janganlah mengurangi takaran mereka sehingga menyebabkan kita serakah kepada mereka dengan transaksi pembayaran yang kurang. Dan apabila kita telah mengambil Sebagian dari mereka, maka harus meminta dengan keadaan yang cukup dan sempurna. Ambil dengan apa yang kita serahkan dan menyerahkan sebagaimana yang telah kalian ambil. Itulah yang disebut jaminan yang jujur dan seimbang.

c. Perhatian (Emphaty)

Perhatian adalah sebuah kepedulian individu kepada konsumen. Perhatian perusahaan terhadap konsumen harus dilandasi oleh aspek keimanan dalam rangka mengikuti panggilan Allah SWT agar selalu berbuat kebaikan kepada sesame. Allah berfirman pada surah An-Nahl ayat 90 yaitu :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

²⁷ Q.S Asy-syura' : 181-182

Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan yang keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”*²⁸

Dengan adanya ayat diatas menjelaskan mengenai petunjuk Allah dalam memerintah untuk senantiasa berbuat adil dan berbuat kebaikan. Sehingga dapat berlaku adil dalam sikap, ucapan, Tindakan dan perbuatan baik terhadap diri sendiri ataupun terhadap orang lain. Dengan melakukan perbuatan yang lebih dari adil dengan memberikan apapun yang dapat diberikan, baik secara materi ataupun non materi secara tulus dan ikhlas. Agar dapat mengambil pelajaran kebaikan.

d. Keandalan (Reliability)

Keandalan yakni suatu kesadaran dimana karyawan mampu untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara akurat sehingga dapat diandalkan. Dengan pelayanan yang ditawarkan dan diberikan handal dan dengan tanggung jawab, maka karyawan juga harus ramah dan sopan, sehingga konsumen akan merasa dihargai dengan sikap dan dapat menjadi kebiasaan serta pedoman dalam menjalankan muamalah dengan perilaku teladan dan senantiasa menjaga amanah yang ada yang mana telah diberikan kepadanya. Sehingga termasuk salah satu profesionalitas pada waktu bermuamalah. Seperti pada firman Allah yang ada pada surah Al-Ahzab ayat 21 sebagai berikut :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَآءَ وَذَكَرَ اللَّهَ
كَثِيرًا

Artinya : *“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) kepada Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut nama Allah.”*²⁹

Mengenai ayat diatas, Maka wajib meneladani Sunnah Rasulullah, karena adanya sunnahnya, jika ada di genggam dan dipengan oleh orang – orang yang menjalani harapan hanya kepada Allah dan kehidupan akhirat, akan menjadikan orang yang dapat diandalkan serta dapat menjadikan mengingat Allah di setiap waktu dengan sering beristighfar kepadaNya, selalu bersyukur dalam setiap keadaan kepada Allah SWT.

Memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sopan, perusahaan harus

²⁸ Q.S An-Nahl: 90

²⁹ Q.S Al-Ahzab : 21

menerapkan prinsip-prinsip tertentu untuk mewujudkannya. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di adalah sebagai berikut :

- a. Jumlah tenaga
Banyaknya atau jumlah tenaga kerja yang ada pada suatu perusahaan.
- b. Kualitas Tenaga Kerja
Mengandung tentang pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki seseorang sebagai tenaga kerja pada suatu perusahaan.
- c. Motivasi Karyawan
Acuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan sesuatu kegiatan atau pekerjaan sebagai dorongan dari dalam diri.
- d. Kepemimpinan
Suatu Langkah individu untuk meningkatkan proses pada diri seperti atasan kepada bawahan agar dapat bertindak atau berkeinginan, terhadap tercapainya tujuan perusahaan.
- e. Budaya Organisasi
Sebuah sistem yang dianut dan diikuti oleh seluruh anggota guna dapat menjadi pembeda antara organisasi satu dengan organisasi yang lainnya.
- f. Kesejahteraan Karyawan
Pemenuhan kebutuhan seseorang karyawan oleh suatu perusahaan.
- g. Lingkungan Kerja
Lingkungan kerja yang memadahi mulai dari sarana dan prasarana yang digunakan seperti tehknologi, ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya.³⁰

2.1.5 Kualitas Pelayanan Dalam Prespektif Islam

Islam meruapakan agama yang mengatur segala dimensi kehipuan. Al-Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atau segala permasalahan hidup. Oleh karena itu, setiap aktivitas hidup manusia terikat dalam aturan syariah. Demikian hal nya dalam penyampian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai norma dan etika. Dalam islam menjelaskan bahwa pelayanan dapat dikatakan berkualitas dengan adanya pelayanan yang dapat membawa atau mengantar hingga mengerti, merasakan dan memahami. Dengan menarik emosi audiens target dan memperkuat citra merek di benak mereka. Kedua faktor ini tidak diragukan lagi akan mengarah pada tingkat loyalitas

³⁰ Kasmir, Customer Service Excellent, (Depok: Raja Grafindo Persada,2017), h. 6-7

pelanggan yang lebih tinggi, dan norma syariah saat ini dapat berfungsi sebagai dasar untuk keunggulan layanan di kalangan umat Islam.

Islam mengajarkan bila memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun layanan atau jasa hendaknya memberikan layanan yang berkualitas. Memberikan layanan yang berkualitas sangatlah penting karena layanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami dan meracik sehingga penyampaian pun akan mengenai heart share konsumen dan akhirnya akan memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak diragukan lagi. Selain itu, seperti yang didefinisikan oleh Kasmir, adalah sesuatu yang dilakukan orang dan bisnis untuk membuat klien, rekan kerja, dan atasan mereka bahagia.

Tindakan dan kemampuan karyawan di perusahaan yang berkomitmen penuh untuk memberikan layanan terbaik dan berkualitas tinggi kepada pelanggan, rekan kerja, dan manajemen perusahaan akan dipengaruhi oleh kualitas layanan tersebut.³¹ Sehingga pemilik perusahaan harus memiliki kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan karakter Nabi Muhammad yaitu. Bersikap ramah kepada setiap orang dan konsumen perusahaan sehingga setiap pelanggan merasa puas dan loyal terhadap produk/jasa yang kami berikan. Harus ada interaksi yang baik antara karyawan dan konsumen, karena persahabatan karyawan dapat menciptakan hubungan yang baik antara bisnis dan konsumen. Seperti pada firman Allah dalam surat Ali-Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ ظُلْمًا وَلَا كُنْتَ لَهُمْ غَلِيظًا الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Maksud dari ayat tersebut yakni untuk menjadi seseorang yang berperilaku lemah, lembut terhadap orang lain, maka kualitas pelayanan kita terhadap orang lain dapat terlihat dari tingkah laku, perbuatan kita. Layanan yang diberikan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah dengan niat mendapatkan ridha Allah SWT. Siapapun yang datang akan dilayani dengan baik, bisa memberikan solusi, harus menimbulkan rasa aman dan

³¹ Kasmir, 2017. *Manajemen perbankan*, Dr. Kasmir, S.E., M.M, Jakarta, Rajawali Pers.

nyaman, menguntungkan nasabah dan bank, serta senantiasa memberikan layanan yang terbaik secara konsisten.

2.2 Kualitas Produk Mudharabah

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016:168), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan konsumen yang dituju. Kapasitas suatu produk untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan,

Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan ketangguhan, keandalan, akurasi, dan kemudahan penggunaan produk secara umum untuk memberikan perbaikan produk dan barang alternatif yang lebih baik.³² Maka dapat dikatakan jika produk berkualitas baik dan berhasil, maka sebuah produk tersebut menjalankan atau memperagakan sesuai dengan fungsinya sehingga hal ini menjadi nilai dari sebuah produk untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat memuaskan konsumen pada pemakaian suatu produk.

Pelanggan sangat berpengaruh pada orientasi kualitas dimana ini dapat dimulai dari adanya kebutuhan pelanggan dan terakhir adanya keputusan pelanggan. Kualitas sendiri bisa bersifat kompleks. Dimana dapat mencakup berupa jasa manusia, produk ataupun lingkungan sebagai salah satu cara memenuhi harapan pelanggan agar tercipta kepuasan tersendiri setelah menggunakan produk yang ditawarkan. Kualitas produk

³² Philip Kotler dan Armstrong Garry, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Terj. Imam Nurmawan, Jakarta 2001

merupakan salah satu elemen terpenting dari bauran pemasaran (marketing mix) karena sejumlah alasan, termasuk kemampuan untuk memuaskan pelanggan dengan penawaran yang lebih unggul, atau setidaknya berbeda dari pesaing. faktor, seperti penawaran, harga, iklan, dan akses saluran, yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan pada akhirnya pangsa pasarnya.³³

Dapat dikatakan bahwa umat Islam memiliki kebutuhan yang tinggi akan barang-barang halal dan berkualitas tinggi. Mengingat Muslim merupakan mayoritas penduduk Indonesia, semua barang yang dijual di sana harus memiliki peruntukan halal. Tanda Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) tidak wajib untuk semua usaha menurut Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014. Hanya produk yang telah disertifikasi halal oleh MUI yang boleh memiliki segel halal, karena diwajibkan oleh hukum. Di sisi lain, infrastruktur periklanan dan layanan halal dan berkualitas tinggi sangat penting.³⁴

2.2.2 Indikator Kualitas Produk

Pada kualitas produk Kotler dan ketler menurutnya ada beberapa dimensi yang diperhatikan dalam kualitas produk yaitu pada :

- a. Estetika (*esthetic*) Berkaitan dengan adanya keindahan yang dapat dilihat dari daya tarik suatu produk terhadap panca indera.
- b. Kinerja (*Performance*) Ini merupakan karakteristik dari suatu produk inti yang nantinya akan digunakan atau yang akan dibeli.
- c. Manfaat Produk yang digunakan sesuai kebutuhan pelanggan.
- d. Bentuk (*Form*) Dimana produk dapat dibedakan sangat jelas dengan lainnya berdasarkan bentuk, ukuran atau struktur fisik pada produk.
- e. Ketahanan (*Durability*) Pada hal ini akan mengetahui seberapa lama produk tersebut akan terus digunakan.
- f. Kemudahan Perbaikan (*Seviceability*) Yaitu kemampuan produk dalam hal perbaikan atau kecepatan perbaikan suatu produk pada kinerjanya.
- g. Gaya (*Style*) dimana penampilan Produk atau kesan konsumen terhadap suatu produk.³⁵

³³ Nasution, Manajemen Mutu Terpadu, 17.

³⁴ Zainuddin Nur, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah), (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016), 45. Skripsi.

³⁵ Rizal Wahyu Kusuma, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.4 No 12, (STIESIA Surabaya: 2015), 3.

2.2.3 Pengertian Akad Mudharabah

Akad Mudharabah adalah suatu bentuk akad pembiayaan dengan pihak pertama (shahibul mal atau bank syariah) menyediakan seluruh modal, dan pihak kedua (Mudharib atau anggota) bertindak sebagai pengelola dana, membagi keuntungan bisnis sesuai dengan kesepakatan yang diatur dalam akad. Istilah mudharabah diambil dari kata dharib, Dinamakan demikian karena dharib berhak untuk menerima bagian keuntungan atas dukungan dan kerjanya. Secara rinci mudharabah adalah suatu kontrak kemitraan (partnership) yang berlandaskan pada prinsip pembagian hasil dengan cara seseorang memberikan modalnya kepada yang lain untuk melakukan bisnis dan kedua belah pihak membagi keuntungan atau memikul beban kerugian berdasarkan isi perjanjian bersama.

Ketika sebuah bisnis didanai melalui akad mudharabah, uang tersebut disediakan oleh pemilik perusahaan, yang dikenal dengan Shahibul Maal. Namun, anggotanya berfungsi sebagai pengelola bisnis, yang dikenal sebagai mudharib. Gagasan Islami di balik akad mudharabah adalah bahwa baik pemilik modal maupun pengelola uang yang berkompeten mendapatkan keuntungan dari pengaturan tersebut.

Ada banyak Muslim kaya sepanjang sejarah yang buruk dengan uang. Di sisi lain, ada banyak pebisnis cerdas yang kekurangan dana yang diperlukan untuk terlibat dalam perdagangan yang sebenarnya. Oleh karena itu, Islam memberikan kesempatan Mudharabah untuk bekerja sama dengan seorang ahli dalam administrasi dan pengembangan modal melalui filosofi gotong royong. Kata dharb akar bahasa Arab, dari mana Mudharabah berasal, juga digunakan untuk menggambarkan tindakan memukul atau berjalan. Dalam konteks ini, menendang mengacu pada tindakan berjalan atau menghentak saat berbisnis.³⁶ Landasan syariah pembiayaan mudharabah adalah fatwa DSN MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan mudharabah.

Kerja sama dalam bentuk akad mudharabah dipandang bermanfaat bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Kerjasama untuk keuntungan finansial merupakan salah satu tafsir dari ta'awun, namun akad tersebut juga memuat kewajiban untuk saling membantu dalam memenuhi kewajiban masing-masing.³⁷ Seperti yang dapat dilihat dari banyak definisi Mudharabah, akad Mudharabah adalah perjanjian antara dua pihak dimana satu pihak bertindak sebagai pemilik modal dan mempercayakan sejumlah uang tertentu untuk ditangani. Akad mudharabah, dalam bentuknya yang paling sederhana, adalah perjanjian antara aset satu pihak dengan tenaga kerja pihak lain. Akad Mudharabah mensyaratkan adanya ketentuan sebagai berikut:

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm 95

³⁷ Muchdarsyah, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h.164

- a. Dua Pihak yang melakukan akad (pemilik modal/shahib al-mal dan bendahara/pengusaha/mudharib): Keduanya harus orang yang berakal dan dewasa (15 tahun), bukan orang yang terpaksa. Keduanya juga harus memiliki kemampuan merepresentasikan dan mewakili.
- b. Materi yang dinegosiasikan, atau obyek akad, terdiri dari modal (mal), kegiatan niaga (perdagangan dan kegiatan niaga lainnya), laba.
- c. Sighat, yaitu penyerahan/pengungkapan modal oleh pemilik modal (ijab) dan penerimaan/pengungkapan modal dan penerimaan pemilikan modal oleh pemilik modal (qabul).
- d. Harta Aset atau modal Jumlahnya harus jelas menyatakan modal, jika modal berupa komoditi, maka komoditi itu harus dinilai dengan harga berlaku menurut mata uang yang berlaku (atau setara), modal harus tunai, bukan klaim Modal harus . diserahkan kepada mudharib agar dia bisa berbisnis.
- e. Pembagian keuntungan masa depan harus dinyatakan sebagai proporsi dari keuntungan tersebut. Rasio keuntungan yang masuk ke karyawan dan pemilik modal harus dibuat sangat jelas. Negosiasi diperlukan untuk menyelesaikan rasio persentase yang akan ditulis ke dalam kontrak. Hanya setelah mudharib mengembalikan sebagian atau seluruh investasi awal kepada shahib almal barulah pembagian keuntungan dapat dilaksanakan.³⁸

2.2.4 Skema Produk Mudharabah

Seperti Riwayat Ibnu Majah dan Shuhaib yakni :

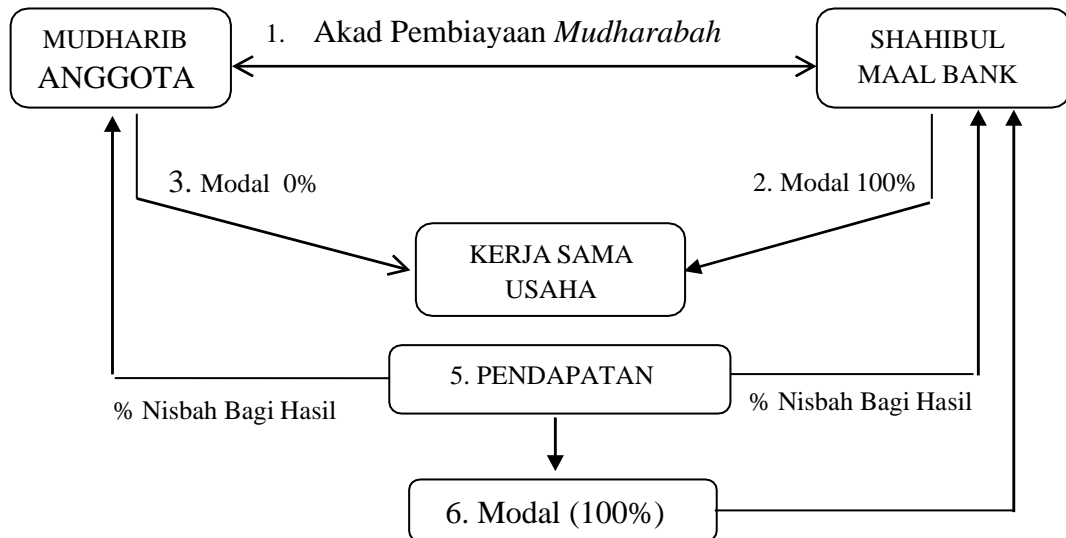
أَلْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمَقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ :ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ
رَوَاهُ ابْنُ مَاجَةَ عَنْ صَهْبِيبٍ (لَا لِلْبَيْعِ

Nabi bersabda , “Ada tiga hal yang mengandung berkah : Jual beli tidak secara tunai, muqaradah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jemawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

Mudharabah yang di Kelola Dalam Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus mempunyai produk yang ditawarkan yakni satu produk mudharabah dan memiliki skema seperti berikut :

³⁸ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Raja Grafindo Persadam, 2010), h. 139

Gambar 3 Skema Produk Mudharabah



Keterangan :

- Baitut Tamwil Hidayatullah (shahibul maal) dan anggota mudharib menandatangani akad pembiayaan mudharabah
- Baitut Tamwil Hidayatullah menyerahkan dana 100% dari kebutuhan proyek usaha.
- Anggota tidak menyerahkan dana sama sekali, namun melakukan pengelolaan proyek yang dibiayai 100% oleh bank.
- Pengelolaan proyek usaha dijalankan oleh mudharib. Baitut Tamwil Hidayatullah tidak ikut campur dalam manajemen perusahaan.
- Hasil usaha dibagi sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan mudharabah.

Presentase tertentu menjadi hak baitut tamwil dan sisanya diserahkan kepada anggota. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh mudharib, maka akan semakin besar pendapatan yang diperoleh bank syariah dan mudharib.

2.3 Loyalitas Anggota

2.3.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas anggota adalah suatu kesetiaan pelanggan (anggota) terhadap Lembaga yang menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau lembaga dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. (Tjiptono, 2006). Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, loyalitas pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi harus dipelajari melalui proses pembelajaran dan berdasarkan hasil pengalaman pelanggan sendiri dari pembelian terbanyak toko selama itu. Loyalitas anggota atau

pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk terus berlangganan atau membeli kembali produk/jasa terpilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh keadaan dan upaya pemasaran cenderung mengarah pada perubahan perilaku.³⁹

Loyalitas pelanggan dipandang sebagai kekuatan hubungan antar pelanggan sikap relatif orang tersebut dan bisnis yang berulang. Hubungan ini dapat dilihat karena norma dan faktor sosial mengikatnya Bersama situasional Loyalitas juga bisa diartikan sebagai pilihan Pelanggan dapat terus berlangganan perusahaan secara sukarela untuk jangka waktu tertentu.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Loyalitas adalah suatu hubungan mengandung nilai pelanggan yang berkaitan dengan perusahaan, ini akan dirasakan oleh pelanggan yang memiliki loyalitas. Pelanggan dengan ikatan emosional tersebut menjadikan pelanggan loyal serta secara sukarela akan melakukan pembelian maupun penggunaan produk juga tidak segan memberikan rekomendasi. demi meningkatkan rasa loyalitas dan kepuasan pada pelanggan serta menjaga kualitas kepuasan yang dimiliki pelanggan dalam jangka waktu yang lama.

Untuk peningkatan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menambahkan yang didapatkan oleh mereka yakni nilai yang membuat apa yang diinginkan mereka dan dibutuhkan dengan yang mereka harapkan serta bayar. Itu menjadi arah dan pertahanan mereka pada pembelian ulang, dengan dapat merekomendasikan serta jumlah pembelian yang akan meningkat.⁴⁰

2.3.3 Indikator Loyalitas Anggota

Indikator Loyalitas Anggota yaitu sebuah tinjauan dari literatur kepuasan pelanggan mengungkapkan bukti bahwa kualitas adalah sumber utama kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mengukur sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi melalui transaksi pembelian suatu produk atau jasa. Loyalitas pelanggan, di sisi lain, mengukur seberapa besar kemungkinan pelanggan kembali berbisnis dan juga seberapa bersedia mereka bermitra dengan orang lain dengan merekomendasikan mereka kepada orang lain.

Pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima, dan pelanggan sangat puas ketika harapan mereka terlampaui. Kepuasan pelanggan ini merupakan prasyarat

³⁹ Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. (Bandung: ALFABETA, 2010), 129.

⁴⁰ Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,..134.

loyalitas, namun pelanggan yang puas belum tentu menjadi pelanggan yang loyal. Dalam aktivitas pasar apa pun, termasuk ritel, pelanggan sering kali membeli dari perusahaan yang berbeda secara rutin. Ini adalah fenomena yang dikenal sebagai kesetiaan poligami. Dalam hal ini, pembelian massal tidak mencerminkan perilaku loyal.

Loyalitas pelanggan adalah konsep yang dipelajari secara luas dalam penelitian perilaku konsumen. Karena loyalitas hanya mencakup pola pembelian dan pendekatan ini hanya didasarkan pada tingkat pembelian atau merek dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas dapat lebih baik didefinisikan dengan konseptualisasi loyalitas pelanggan melalui pendekatan faktor sikap.

Indikator secara umum dapat diukur dengan loyalitas anggota sebagai berikut :

1. Kesetiaan terhadap pembelian produk Loyalitas pelanggan adalah dedikasi yang tak tergoyahkan pada produk atau layanan yang berkembang dari kesan awal yang baik dan diperkuat melalui pengalaman positif berikutnya dan kurangnya minat atau kebutuhan akan alternatif.
2. Kepercayaan (*trust*) dengan pelanggan perjaya terhadap produk ataupun jasa yang telah diberikan.
3. Harga (*Price*) Pelanggan tidak terpengaruh dengan tawaran harga yang mungkin jauh berbeda dengan pesaing dan menolak produk perusahaan saingan dengan tawaran bunga yang tinggi, potongan harga atau hadiah dan lainnya.⁴¹

2.4 Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat membantu mendorong pertajaman arah penelitian, maka dari itu disajikan beberapa peneliti terkait yang telah dilakukan pada sebelum-sebelumnya. Penelitian tersebut dapat menjadi acuan dan pandangan seiring dengan berkaitannya pada variable-variabel yang ada, seperti pada variabel kualitas produk dan kualitas layanan. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

1.	Nama Peneliti	Muhammad Sopiya
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Mudharabah Terhadap Kepuasan Anggota Pada Bank Bri Syariah Tangerang Selatan
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda

⁴¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, (Jakarta: PT. Indeks, 2005), 18.

	Hasil Penelitian	variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah BRI di wilayah Tangerang Selatan, variabel bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah BRI di wilayah Tangerang Selatan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan mudharabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dan Variabel independen dan objek penelitian
2.	Nama Peneliti	M. Mudavi Al Haqqi, Tengku Mahesa Kalid ,Lestary Fitriany
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kc Dumai
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Hasil Penelitian	bahwa produk mudharabah. (X1) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. (X2) Berpengaruh terhadap produk mudharabah.(Y) dalam menabung Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kota Dumai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan produk mudharabah terhadap keputusan menabung di bank syariah indonesia (BSI) Kc Kota dumai secara bersama sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan dengan produk mudharabah
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Alat analisis menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda dan Ada beberapa variabel independen yang berbeda dan objek

		penelitian yang berbeda.
3.	Nama Peneliti	Azra Masturah, Nevi Hasnita, Inayatillah Djakfar
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah di Banda Aceh
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Hasil Penelitian	keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,026 > 0,05$, kesigapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya $0,138 < 0,05$, jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya $0,389 < 0,05$ dan nyata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya $0,006 < 0,05$. Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dan Variabel independendan objek penelitian
4.	Nama Peneliti	Siti Saadah, Metti Paramita, Hj Afiaty Kurniasih
	Judul Penelitian	Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Lkms (Bprs Al Salaam Kc. Cibinong)
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Hasil Penelitian	pengembangan starategi pemasaran pembiayaan akad mudharabah, bprs

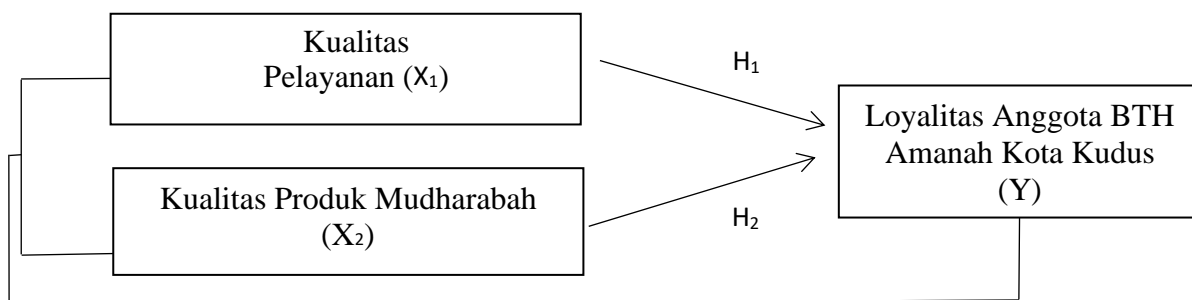
		menggunakan konsep 4P yaitu Product, Price, Place dan Promotion. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan konsep 4P ini, Bprs melakukan cara dengan membuat inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu kanvasing dengan event jum'at berkah.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Pembiayaan akad Mudharabah dan model pengembangannya, Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dan Variabel independendan objek penelitian
5.	Nama Peneliti	Raudah Rahmaini Jannah Sitorus
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Tabungan Mudharabah Pada Pt Bni Syariah Cabang Medan
	Alat Analisis	Uji Regresi Linier Berganda
	Hasil Penelitian	kualitas pelayanan, bagi hasil dan kualitas pelayanan dan bagi hasil bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota tabungan mudharabah bni syariah cabang medan. h_0 ditolak dan h_a diterima, h_0 ditolak dan h_a diterima, dilihat dari tabel anova diperoleh nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000. karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah h_0 ditolak dan h_a diterima.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Tujuan kualitas pelayanan dan metode yang digunakan dan Tujuan kualitas pelayanan dengan metode yang digunakan.
6.	Nama Peneliti	Kharisma Nawang Sigit, Euis Soliha
	Judul Penelitian	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Hasil Penelitian	Bahwa kualitas produk berpengaruh positif

		dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maka semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan meningkatkan loyalitas nasabah.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Tujuan kualitas pelayanan dan metode yang digunakan dan Tujuan kualitas pelayanan dengan metode yang digunakan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Dengan adanya kerangka pemikiran ini dapat mempermudah suatu permasalahan untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang sedang dibahas. Berdasarkan landasan teori yang ada dan terurai sebelumnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 4 Kerangka Konsep Penelitian



2.6 Pengembangan Hipotesis

Secara universal hipotesis merupakan jawaban sedangkan atas sesuatu permasalahan yang dikira benar, kenapa senantiasa dikira sedangkan sebab belum teruji serta dikira sangat benar sebab didasarkan pada pemikiran logis serta ilmu pengetahuan buat meyakinkannya. Pengujian hipotesis hendak menuju pada kesimpulan. Dalam pengujian hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menerima atau menolak hipotesis.⁴²

⁴² Badri Sutristini, "Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif" Yogyakarta: Ombak, 2012h.14

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian yang ada, maka dapat dilihat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus.

Jika Kualitas pelayanan memuaskan dan baik serta memberikan keuntungan bagi konsumen, maka konsumen akan merasa loyal karena konsumen merasa terpuaskan kebutuhannya sehingga akan mengulangi untuk menggunakan kembali.⁴³

Pernyataan tersebut diperkuat yang disebutkan dalam penelitian Muhammad Sopiya (2021) bahwasannya Kualitas Pelayanan diunggulkan, dengan adanya kualitas pelayanan dengan kesatuan di dalam pemenuhan harapan konsumen. Maka tidak heran, variabel tersebut berpengaruh positif, keberadaannya dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan.

Pada konteks teori *customer behavior*, kepuasan lebih banyak dimaknai dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi maupun menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan merupakan respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan ialah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk maupun jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa berkurang

Menurut penelitian yang dilakukan Muhammad Sopiya (2021) dengan Pengaruh proses keputusan pembelian konsumen. Mendapatkan hasil bahwa terdapat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.⁴⁴

Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus.

2. Pengaruh Kualitas Produk Mudharabah terhadap loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus.

Maka adanya kualitas produk yang bagus akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan adanya hal ini kepuasan konsumen dipengaruhi adanya dengan kualitas produk mudharabah yang ditawarkan. Dengan tawaran yang ditawarkan, konsumen produk merasakan kualitas produk yang semakin bagus maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.⁴⁵

Pernyataan tersebut diperkuat Saadah, S., Paramita, M., & Aziz, I. A. (2020). dengan memberikan keluasaan dalam penggunaan modalnya. Dalam arti setiap pembiayaan akad mudharabah per bulannya tidak membayar angsuran pokoknya, melainkan hanya setoran nisbah bagi hasil yang telah ditetapkan pada awal akad, dan pembayaran pokok itu dilakukan pada bulan

⁴³ Rahayu, Sri & Wati, Lela. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal 8. 120.

⁴⁴ Sopiya, Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Mudharabah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Bri Syariah Tangerang Selatan." *Scientific Journal of Reflection*, vol. 4, no. 1, 2021, pp. 111-120

⁴⁵ *Kharisma Nawang Sigit, Euis Soliha*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 21, No.1, Januari 2017, 161.

akhir masa jatuh tempo akad dengan tujuan agar setiap bulan nasabah tidak memikirkan angsuran untuk pokoknya agar nasabah dapat fokus mengelola dananya untuk modal usaha.

Pada konteks teori *customer behavior*, kepuasan lebih banyak dimaknai dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi maupun menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan merupakan respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan ialah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk maupun jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa berkurang.⁴⁶

Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut :

H₂ : Kualitas Produk Mudharabah berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus.

⁴⁶ Saadah, S., Paramita, M., & Aziz, I. A. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Lkms (Bprs Al Salaam Kc. Cibinong)*. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(2), 86–98. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i2.2092>

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan kuantitatif. Yang dimaksud dengan “penelitian kuantitatif” adalah suatu jenis strategi penelitian modern yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari suatu populasi atau sampel dengan menggunakan instrumen survei dan menganalisis data tersebut secara kuantitatif atau statistik sehingga hipotesis dapat diuji.⁴⁷ Dalam metode kuantitatif, penekanan ditempatkan pada variabel-variabel yang menggambarkan aspek-aspek khusus dari pengalaman manusia.

Jenis pada penelitian ini hasil yang didapatkan melalui pengukuran yang menggunakan prosedur statistika atau menggunakan metode pengukuran. Titik berat dalam penelitian kuantitatif ada pada perkara-perkara yang mewakili sebuah karakter tertentu dari aktifitas hidup manusia atau yang disebut dengan variabel. pada metode kuantitatif, teori objektif digunakan dalam menganalisis suatu hubungan antar variabel.

3.2 Sumber Penelitian

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Data yang langsung diberikan kepada pengumpul data sehingga peneliti dapat mempelajari lebih lanjut tentang masalah yang ada melalui penelitian eksplorasi, informal, atau deskriptif yang mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui survei dan pengamatan langsung atau online.⁴⁸

Kelebihandari data primer ialah data lebih akurat kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dan sumber yang fenomenal dapat dihindari. Sementara kekurangan dari data primer ialah membutuhkan waktu yang lebih lama serta biaya yang dikeluarkan relatif cukup tinggi. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada Anggota BTH Amanah Kota Kudus yang telah terdaftar di BTH Amanah Kota Kudus.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h.18.

⁴⁸ Asep Hermawan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017 h.115

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan langsung oleh penulis. Intik menunjang sebagai sumber pertama. Disini Data Sekunder tidaklah sama dengan data primer. Pada data primer didapatkan langsung oleh peneliti, Jikalau data yang diterapkan menggunakan data sekunder ini menjadi struktur data historis dengan variabel-variabel yang telah dikumpulkan sebelumnya dengan bantuan himpunan pihak lain serta pihak ketiga. Data sekunder sendiri dibagi menjadi dua kategori yaitu data internal dan data eksternal. Data ini didapatkan dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah serta berbagai situs laman website terkait. Peneliti menggunakan data sekunder ini dengan mengambil data yang bersumber dari literature Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah BTH Amanah Kota Kudus.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah keseluruhan yang memiliki obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakter khusus dengan penerapan yang dilakukan oleh peneliti agar dapat dipelajari untuk di tarik kesimpulannya sehingga menjadikan sasaran untuk peneliti.⁴⁹ Populasi sendiri dapat dikategorikan berwujud hewan, tumbuhan, manusia, nilai, gejala, peristiwa bahkan udara. Pada penelitian saat ini menggunakan populasi yang penelitian Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah terhadap loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus sebanyak 257 anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang mewakili versi kecil dari seluruh populasi yang akan dianalisis. Sensus adalah prosedur di mana seluruh populasi dihitung untuk tujuan statistik, sedangkan sampel adalah salah satu bagian dari populasi yang digunakan.⁵⁰ Adapun dalam pengambilan sampel penelitian berpedoman apabila subyeknya kurang dari seratus (100), menggunakan teknik *cluster sampling*.

Teknik *cluster sampling* merupakan bagian dari metode *probability sampling* yang merupakan penarikan sampel yang didasarkan pada gagasan bahwa seluruh unit populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan demikian, dalam penelitian ini tidak terdapat diskriminasi unit populasi yang satu dengan lainnya. Karena semua memiliki

⁴⁹ Asep Hermawan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017 h.80

⁵⁰ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Rosda Karya, 2014).

kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya menjadi penelitian populasi. Berikutnya apabila jumlah subyeknya besar atau lebih dari seratus maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁵¹

Berpedoman perhitungan jumlah subyek lebih dari seratus dan mengambil 10-15% maka dalam penelitian ini sample diambil 15,5% dari seluruh jumlah anggota BTH Amanah Kota Kudus dengan perhitungan 15,5% dari seluruh anggota yang berjumlah 257 didapatkan hasil 40. Maka dalam penelitian ini menggunakan sample anggota BTH Amanah Kota Kudus tahun yang berjumlah 40 orang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yakni suatu cara dan Teknik ilmiah yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis yang berguna bertujuan untuk menganalisis data dalam penelitian. Metode yang digunakan dengan cara mengumpulkan data penelitian sehingga mencapai:

a. Kuisisioner atau Angket

Kuisisioner atau yang disebut dengan angket sendiri yakni suatu Pengumpulan data responden ini adalah sebuah teknik yang disertai dengan rangkaian dengan teknik tertulis disertai penjelasan agar muncul beberapa pertanyaan agar dijawab.

b. Dokumentasi

Dibutuhkannya dokumentasi agar mengetahui data kejadian lampau, Dokumentasi yang berupa data ini mengikuti berupa karya, tulisan, data, observasi dan wawancara. Yang didapatkan dari dokumentasi ini dapat berwujud dengan data sekunder sehingga data ini memiliki makna dapat diinterpretasikan.

3.5 Skala Pengukuran

Dari hasil survei, jawaban responden dihitung dan dikumpulkan dengan mengukurnya dalam skala Likert. Skala Likert adalah bentuk pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena pada sosial.⁵² Variabel studi mengukur fenomena sosial telah ditentukan oleh peneliti. Nantinya, variabel-variabel tersebut dibagi menjadi variabel indikator. Saat menyiapkan pertanyaan, indikator yang disepakati digunakan sebagai titik referensi. Hasil jawaban atas pertanyaan tersebut menunjukkan hasil yang sangat positif atau sangat negatif. Pengukuran titik sangat penting untuk analisis kuantitatif.⁵³

Skala likert 1-5 dapat dijelaskan seperti:

⁵¹ rsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Cet. 15* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013).

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV, Alfabeta, 2013, h.132

⁵³ Ibid

1. Untuk skor 5 jawaban dengan pilihan Sangat Setuju (SS)
2. Untuk skor 4 jawaban dengan pilihan Setuju (S)
3. Untuk skor 3 jawaban dengan pilihan Normal (N)
4. Untuk skor 2 jawaban dengan pilihan Tidak Setuju (TS)
5. Untuk skor 1 Jawaban dengan pilihan Sangat Tidak Setuju (STS)

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki Operasional variabel yang merupakan penjelasan mengenai cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasionalkan) construct menjadi variabel penelitian yang dapat dituju, Kerlinger mendefinisikan variabel adalah konstruk (construct) atau sifat yang akan dipelajari. Sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama atau mencoba mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik.⁵⁴ Dalam penelitian ini operasional variable dan pengukuran variable dapat dilihat seperti :

Tabel 3 Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukur
Kualitas Pelayanan	suatu upaya untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan dari para konsumen dengan adanya kualitas pelayanan yang memadai. ⁵⁵	1. Daya Tanggap 2. Jaminan 3. Perhatian 4. Keandalan 5. Bentuk Pelayanan (Zaenal Mukarom & Muhibudin, 2015)	Skala Likert
Kualitas Produk Mudharabah	kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut. Seperti dalam produk Mudharabah atau bagi hasil di mana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di mana bagi hasil mensyaratkan kerja sama	1. Estetika 2. Kinerja 3. Manfaat 4. Bentuk 5. Ketahanan 6. Kemudahan Perbaikan 7. Gaya (Kotler & Keller, 2016)	Skala Likert

⁵⁴ Febsri Susanti Ade Candra Gunawan, 'Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang', 2017

⁵⁵ Rambat Lupiyoadi; Dedy A. Hamdani. *Manajemen pemasaran* (Jakarta, Salemba Empat, 2011)

	pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak. ⁵⁶		
Loyalitas Anggota	Loyalitas nasabah adalah komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terusmenerus. ⁵⁷	1. Kesetiaan 2. Kepercayaan 3. Harga (Philip Kotler, 2005)	Skala Likert

3.6.1 Variable Independen (Variabel Bebas)

Perubahan yang berarti dalam variabel dependen dapat dikaitkan dengan perbedaan faktor lain, yang dapat dipengaruhi, dijelaskan, dan dijelaskan oleh variabel independen. Maka dari itu variabel bebas penelitian saat ini yang digunakan yakni Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah.

3.6.2 Variable Dependen (Variabel Terkait)

Variabel dependen atau yang disebut juga variabel terikat ini mempunyai pengaruh dimana variabel yang terkena pengaruh oleh variabel lain tidak dapat mempengaruhi variabel lain. Maka dari itu Variabel terikat penelitian saat ini yang digunakan yakni Loyalitas Anggota BTH Amanah Kota Kudus.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif merupakan metode penelitian untuk mengetahui Variabel mandiri tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan dengan Variabel yang lain (Sugiyono, 2009:13). Sebagai variabel keseluruhan dari responden dengan metode pengelompokan dengan mentabulasi data di dasari dengan variabel dan seluruh responden, sehingga disajikan data pada tiap variabel yang telah dilakukan perhitungannya dengan diteliti penggunaan hipotesis.⁵⁸ Standar yang jelas digunakan untuk mendeskripsikan responden, dan deskripsi ini mencakup kecenderungan sentral pada pengukuran nilai maksimum dan terendah serta rata-rata. Untuk lebih memahami dampak kualitas layanan dan kualitas produk mudharabah terhadap loyalitas anggota

⁵⁶ Sigit, Kharisma N., and Euis Soliha. "Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, vol. 21, no. 1, Jan. 2017, pp. 157-168,

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 9.

BTH Amanah, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitik.

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validasi

Validitas alat ukur ditentukan oleh seberapa baik alat tersebut memberikan hasil yang terukur⁵⁹. Metode korelasi product moment dan Pearson digunakan untuk menghitung korelasi yang digunakan dalam uji validitas. Karena nilai Rhitung lebih besar dari nilai RTabel, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut valid pada taraf signifikansi 0,05.⁶⁰

b. Uji Reabilitas

Setelah kuesioner diberikan uji validitas, juga harus melalui uji reliabilitas. Dimana kecermatan, kecermatan, atau kecermatan yang ditunjukkan oleh alat ukur tersebut disebut sebagai kehandalan.⁶¹ Keandalan instrumen sebanding dengan besar kecilnya koefisien alfa yang diperoleh. Koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk menentukan reliabilitas tes yang akan digunakan dalam penelitian ini. Jika koefisien alpha lebih dari 0,70, instrumen penelitian dapat dianggap kredibel dan efektif.

3.8 Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Tujuan dari Uji Normalitas sendiri apakah model regresi, residual atau variabel pengganggu dalam tujuan pengujian ini mempunyai distribusi normal, apabila adanya pelanggaran pada asumsi ini, Maka Uji statistik akan tidak valid atau bias terhadap sampel kecil. Menurut Ghozali, 2011 Uji normalitas bertujuan buat menguji apakah informasi yang hendak digunakan dalam model regresi berdistribusi wajar ataupun tidak, perihal ini bisa dikenal dengan memakai grafik wajar plot. Pada grafik wajar plot, dengan anggapan: Bila nilai signifikansi $> 0,05$ hingga bisa disimpulkan kalau distribusi residual informasi riset merupakan wajar. Bila nilai signifikansi $< 0,05$ hingga bisa disimpulkan kalau distribusi residual informasi riset tidak wajar..

3.8.2 Uji Multikolonieritas

Untuk memastikan variabel independen berkorelasi, uji multikolinearitas dapat dilakukan. Jika variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, maka mengidentifikasinya mungkin akan sulit. Variabel independen memiliki korelasi hampir

⁵⁹ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm.123

⁶⁰ Soewadji, Jusuf. "Pengantar metodologi penelitian." (2012).

⁶¹ Husei Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, Hlm.57

+1 atau -1, dan persamaan regresi mengandung kesalahan. Variant Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance dianalisis untuk menilai akurasi uji multikolinearitas ini. Jika nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas, dan jika nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka multikolinearitas tidak terjadi.⁶²

3.8.3 Uji Heterokedastistas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual satu dan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian dari satu observasi konstan, maka model regresi mengandung homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varian bervariasi pada beberapa pengamatan yang telah diamati, model regresi dapat dikatakan mengandung heteroskedastisitas. Dengan catatan pada model yang bagus yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau yang berhomoskedastisitas. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan memeriksa grafik scatterplot dari residual yang dipelajari (SRESID) dan variabel dependen (ZPRED), di mana sumbu Y mewakili prediksi Y dan sumbu X mewakili residual (prediksi Y - Y sebenarnya).⁶³

3.9 Analisis Agresi Linier Berganda

Untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen (X_1, X_2, \dots) dan dependen positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun, dilakukan analisis regresi linier berganda, dimana variabel dependen diwakili oleh huruf "Y".⁶⁴

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut:

3.9.1 Uji Signifikan Parsial (T-test)

Uji T digunakan untuk menilai apakah setiap variabel independen memiliki tingkat signifikansi 0,05 terhadap variabel dependen.⁶⁵ Maka dari itu dilihat seberapa besar pengaruh antara independen kualitas layanan (X_1), kualitas produk mudharabah (X_2), sanksi pajak (X_3), terhadap variabel dependen loyalitas anggota BTH Amanah (Y). Dengan pengambilan data keputusan, yaitu:

⁶² Yuliardi, Ricki, and Zuli Nuraeni. "Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS." *Yogyakarta:Innosain* (2017).

⁶³ Ghozali, (2018:138)

⁶⁴ FI, Sigit Suyantor, *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian dengan Menggunakan SPSS*, Semarang: Wahana Komputer, h. 143

⁶⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h. 60.

- a. Apabila nilai signifikan (sig) $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka variabel independen (X) secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel depende (Y).
- b. Apabila nilai signifikan (sig) $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka variabel independen (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.9.2 Uji Signifikan Simultan (F-test)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.⁶⁶ Dengan penerapan kualitas pelayanan (X1), kualitas produk mudharabah (X2), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota BTH Amanah.

- c. Apabila F hitung $> F$ tabel atau F statistic $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas.
- d. Dan apabila variabel terikat. Apabila F hitung $< F$ tabel atau F statistic $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Menurut Sugiyono (2013:192) apabila koefisien korelasi sudah diketahui dengan maka dalam mendapatkan koefisien determinasi diperoleh dengan mengkuadratkannya dengan rumus:

Gambar 5 Rumus Uji Koefisien Determinasi

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = koefisien Korelasi

⁶⁶ Ibid. hal.98

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profile Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

Benteng Tamwil Hidayatullah merupakan lembaga keuangan syariah yang berhadapan-hadapan dengan publik yang telah berkoordinasi secara luas dan berdedikasi untuk melakukan standarisasi, sentralisasi, dan integrasi meskipun BTH tersebar di banyak entitas kelembagaan. Pertemuan langsung yang krusial dengan aplikasi sewa yang tersebar luas. Di dunia di mana pinjaman berbasis bunga sering ditawarkan, sangat jelas bahwa praktik ini dilarang dalam Islam.

Karena masih sulitnya dakwah untuk mengadakan kelompok mikro/berpenghasilan rendah, upaya nyata untuk merealisasikan program-program ekonomi, dan kondisi masyarakat miskin secara umum yang sering dimanfaatkan oleh para tengkulak dan investor secara tidak wajar, BTH Amanah didirikan untuk mengatasi masalah ini.

Pondok Pesantren Yayasan Al-Aqsho Hidayatullah Kudus. Upaya BMT Amanah membuahkan hasil positif berupa asumsi warga, perhatian warga, dan dukungan terhadap keberlangsungan organisasi; alhasil, pada tanggal 2 Januari 2014, BMT Amanah membuka kantor cabang di kompleks pertokoan sempalan Jati Kulon Kudus dengan jumlah staf dua orang.

Sesuai dengan syariat Islam, BMT Amanah merupakan lembaga keuangan syariah yang memfasilitasi simpanan harian, simpanan persiapan sekolah, pembiayaan kegiatan usaha, dan pembelian kredit berdasarkan syariah dan prinsip bagi hasil. Operasional BMT Amanah didorong oleh tujuan perusahaan, serta prinsip-prinsip manajemen kualitas perusahaan, nilai-nilai fundamental, dan layanan BMT itu sendiri.⁶⁷

Membangun Sistem Ekonomi Berbasis Halaqoh dan Jemaat, Memperkuat Jaringan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Berkontribusi pada Penguatan Infrastruktur Peradaban yang Dibangun Hidayatullah, Memudahkan Umat Islam Bertransaksi Halal dan Menghindari Riba, serta Memfasilitasi Pemulihan Ekonomi dan Pemberdayaan Anggota, Masyarakat Ekonomi Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

⁶⁷ <https://www.findglocal.com/ID/Kudus/234665529990151/BMT-Amanah-Kudus> diakses pada 25 januari 2023

4.1.2 Visi, Misi dan Mutu Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

a. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang Profesional, Transparan dan Amanah

b. Misi

1. Memberikan Edukasi Syariah Pada Anggota,
2. Menjalankan Pengelolaan Koperasi Yang Sehat Dan Profesional Dengan Prinsip Syariah,
3. Fokus pada pelayanan terbaik melalui peningkatan kualitas sumber daya insani secara berkelanjutan.

c. Kebijakan Mutu Manajemen BTH

Manajemen di BTH berdedikasi untuk mencapai tujuan berikut: menjadikan BTH mitra pembiayaan utama bagi anggota; memastikan kepuasan anggota; membina tempat kerja yang ramah, elegan, berwibawa, dan intim; melakukan operasi pengelolaan BTH dengan pendekatan cost leader atau efisiensi; menghasilkan keuntungan yang layak sesuai dengan prinsip keadilan bagi seluruh pemangku kepentingan; dan terlibat dalam perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja BTH melalui penggunaan Sistem Manajemen Mutu.⁶⁸

4.1.3 Struktur Pengelola Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus

Adapun struktur organisasi dalam Yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah Kudus yakni Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus sendiri di Kelola oleh :

Manager	: Slamet Fitrianto
Admin Pembiayaan	: Tantowi Yuli Priyadi, S.Pd
Teller 1	: Abdi Satrya Utama, S.H
Teller 2	: Hadiyan Mahdihan
Akun Officer 1	: Ainul Yaqin
Akun Officer 2	: Abdul Hakim, S.Pd.I

4.2 Gambaran Umum Responden

Riset ini diikuti oleh 40 anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus yang menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Menurut kuisioner yang diberikan kepada 40 responden, ditentukan kondisi responden menurut Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan.

⁶⁸ <https://bth.co.id/produk-dan-layanan/> di akses pada 25 Januari 2023

4.2.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

Deskripsi responden menurut jenis kelamin bisa diamati pada table berikut :

Tabel 4 Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki – Laki	18	45%
Perempuan	22	55%
Total	40 Anggota	100%

Sumber : Data Primer

Dalam penelitian ini, sampel berjumlah 40 orang. Penelitian ini mengacu pada responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Menurut tabel diatas memaparkan bahwa deskripsi 40 responden anggota aktif BTH Amanah Kota Kudus menurut jenis kelamin yaitu dari laki-laki berjumlah 18 anggota dengan nilai presentase 45%, kemudian daeri perempuan berjumlah 22 anggota dengan nilai presentase 55%. Berlandaskan data di atas bahwa jumlah responden laki-laki lebih sedikit dari perempuan. Anggota pada Baitut Tamwil Hidayatullah lebih dominan berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki yang aktif memakai produk pembiayaan mudharabah.

4.2.2 Deskripsi Responden Menurut Usia

Hasil dari deskripsi responden yang berjumlah 40 anggota produk mudharabah bisa di amati pada table berikut :

Tabel 5 Responden Menurut Usia

Umur	Responden	Persentase
31-35 Tahun	10	25 %
36-40 Tahun	8	20 %
41-45 Tahun	18	45 %
56-60 Tahun	1	2,5 %
>50 Tahun	3	7,5 %
Total	40 Anggota	100%

Sumber : Data Primer

Dari hasil penelitian, memaparkan bahwasannya bahwa responden yang berumur antara 31-35 tahun sebanyak 10 orang dengan presenatase sebesar 25%, responden yang berumur antara 36-40 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 20%, responden yang berumur antara 41-45 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 45%, responden yang berumur antara 56-60 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 2,5% Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar responden berumur antara 41-45 tahun yaitu sebesar 45%. Maka anggota aktif pengguna produk mudharabah pada Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus Sebagian besar berumur 41-45 tahun.

4.2.3 Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan

Deskripsi Responden menurut pekerjaan yang telah dilakukan pengumpulan data maka bisa diamati pekerjaan anggota yang menggunakan produk mudharabah pada BTH Amanah Kota Kudus yakni seperti di bawah ini :

Tabel 6 Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Responden	Persentase
Karyawan	9	22,5%
Pegawai	4	10 %
Pengusaha	10	25 %
Ibu Rumah Tangga	4	10 %
Wiraswasta	13	32,5 %
Total	40 Anggota	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden pada tabel 3 di atas tersebut menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai Karyawan sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 22,5%, Pegawai sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 10%, pengusaha sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 25%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 10%, responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang dengan presentase 32,5%. Mayoritas anggota pada Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus yang menggunakan produk pembiayaan mudharabah adalah wiraswasta.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan bertujuan guna mengetahui deskripsi setiap masing-masing variabel seperti nilai rata-rata (mean), median, standar deviasi, nilai maximum dan nilai minimum. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk Mudharabah (X_2) dan Loyalitas Nasabah (Y). Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	40	8.00	30.00	24.0750	3.74431
Kualitas Produk Mudharabah	40	12.00	30.00	24.2750	3.59478
Loyalitas Anggota	40	10.00	30.00	24.1000	3.84841

Valid N (listwise)	40				
--------------------	----	--	--	--	--

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil analisis deskriptif diatas dalam penelitian ini dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan nilai maksimum, nilai minimum dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai mean 24,0750, nilai standar deviasi atau nilai akar kuadrat adalah 3,74431, nilai maksimum 25 dan nilai minimum 15. Nilai rata-rata dan nilai standar deviasi ini menunjukkan terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-ratanya lebih besar dari pada standar deviasinya.

2. Kualitas Produk Mudharabah (X_2)

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel Kualitas Produk Mudharabah menunjukkan nilai mean 24,2750, nilai standar deviasi 3,59478, nilai maksimum 30 dan nilai minimum 12. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

3. Loyalitas Anggota (Y)

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap loyalitas Anggota menunjukkan nilai mean 24.1000, nilai standar deviasi 3.84841, nilai maksimum 30 dan nilai minimum 10. Hal ini juga nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

4.3.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Peneliti dapat mengevaluasi reliabilitas kemampuan kuesioner untuk mengukur dan mengumpulkan data dari responden dengan melakukan uji validitas. Keabsahan data bergantung pada keberadaannya sebagai sesuatu yang diukur. Peneliti melakukan uji validitas dengan SPSS 24, diperoleh hasil $r = 0,320$ dengan $df = n (40) - 2$ dan tingkat pada nilai signifikansi yang terbilang 5%. Jika nilai r hitung lebih tinggi dari yang

ditunjukkan pada tabel, pernyataan dalam survei dapat dipercaya.

Kuesioner pada penelitian dianggap asli jika nilai r hitung lebih tinggi dari nilai r tabel, dan sebaliknya akan dianggap tidak valid. Untuk mengukur validitas pada suatu kuesioner, peneliti agar menyebarkan kuesioner yang akan disebarakan atau dibagikan kepada para pelanggan yang menggunakan Produk Mudharabah pada BTH Amanah Kota Kudus dan mengumpulkan data-data dari 40 individu atau 40 anggota. Temuan uji validitas untuk kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	P1	0,886	0,320	Valid
	P2	0,900	0,320	
	P3	0,824	0,320	
	P4	0,768	0,320	
	P5	0,892	0,320	
	P6	0,803	0,320	
Kualitas Produk Mudharabah (X_2)	P1	0,858	0,320	Valid
	P2	0,880	0,320	
	P3	0,825	0,320	
	P4	0,819	0,320	
	P5	0,883	0,320	
	P6	0,860	0,320	
Loyalitas Anggota (Y)	P1	0,772	0,320	Valid
	P2	0,790	0,320	
	P3	0,772	0,320	
	P4	0,914	0,320	
	P5	0,890	0,320	
	P6	0,888	0,320	

Sumber : Data Primer diolah SPSS"24

Karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner dapat dijawab dengan benar dan layak untuk diteliti.

2. Hasil Uji Reabilitas

Ketika ini merupakan indikasi dalam suatu variabel, reliabilitas dapat digunakan untuk mengevaluasi kuesioner. Alpha Croanbarch dapat ditelusuri kembali ke nilai,

yang kemudian dapat digunakan dalam perhitungan ketergantungan. Ketika nilai Alpha dari item kuesioner adalah sekitar 0,6, dapat dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi. Namun, ketergantungan turun secara signifikan di bawah tingkat yang dapat diterima, jika Alpha kurang dari 0,6.

a. Variabel Independen Kualitas Layanan

Adapun tabel variable Independen Kualitas Layanan Pada penelitian kali ini dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	6

Sumber : Data Primer diolah spss'24

Mengingat perhitungan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki Alpha Croanbarch sebesar 0,935. Hal ini menunjukkan validitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur beberapa aspek kualitas pelayanan. Karena Alpha Croanbarch dikatakan lebih besar dari 0,6.

b. Variabel Independen Kualitas Produk Mudharabah

Tabel 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk Mudharabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

Sumber : Data Primer diolah SPSS'24

Hasil perhitungan pada table diatas didapatkan nilai realibilitas keseluruhan variable Kualitas Produk Mudharabah adalah 0,898. Hal tersebut membuktikan jika instrument kuesioner untuk mengukur variable Kualitas Produk Mudharabah yang dipakai dalam penelitian ini reliabel sebab > 0,6.

c. Variabel Dependen Loyalitas Anggota

Tabel 11 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Anggota

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.933	6
------	---

Sumber : Data Primer diolah SPSS²⁴

Hasil Perhitungan pada tabel diatas didapatkan nilai reliabilitas keseluruhan loyalitas anggota adalah 0,933. Hal tersebut membuktikan jika instrument kuisisioner untuk mengukur variable loyalitas anggota yang dipakai atau yang digunakan dalam penelitian ini terbukti reliabel. Dengan terbuktinya reliabel pada penelitian ini, maka dari itu sebab nilai dinyatakan $> 0,6$.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini guna untuk menilai status data saat ini dan memilih model analitik yang paling tepat. Uji Kolmogorov-Smirnov satu arah, uji multikolinearitas dengan variance inflation factor (VIF), dan uji heteroskedastisitas sendiri dengan adanya uji Glejser dapat digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data secara statistik.

4.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah sebuah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi akan dikatakan baik jika data berdistribusi normal. Metode yang dipakai dalam penelitian ini merupakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov* dengan pendekatan *Monie Carlo*, pada metode ini dikatakan normal apabila jika nilai signifikansi lebih rendah daripada 0,05 maka dapat dikatakan nilai residual tersebut normal.⁶⁹

Tabel 12 Hasil Pengujian Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	2,15014200
Most Extreme Differences	Absolute	0,070
	Positive	0,070
	Negative	-0,054

⁶⁹ Yuliardi, Ricki, and Zuli Nuraeni. "Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS." Yogyakarta: Innosain (2017).

Test Statistic		0,70
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

c Lilliefors Significance Correction.

d This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer diolah SPSS"24

Berdasarkan table data berdistribusi tidak normal jika menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov tingkat signifikan $> 0,05$ jadi, $0,200 > 0,05$, dapat dikatakan bahwa variable variable tersebut itu normal yang artinya $0,200 > 0,05$ artinya data berdistribusi normal.

4.3.5 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dan merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui adanya kolerasi antar variabel independen, dimana model regresi yang baik itu yang tidak terjadi kolerasi, jika terjadi korelasi antar variabel maka terjadi multikolinearitas. jika melihat nilai besarnya yang ada pada nilai Variance Inflation Factor (VIF), dapat dikatakan bahwasannya jika nilai Variance Inflation Factor sendiri dilihat dari nilai dibawah atau < 10 dan Tolerance Value diatas $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 13 Hasil Pengujian Multikolonieritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.			
	Kualitas Layanan	0,115	8,700
	Kualitas Produk	0,115	8,700

a Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber : Data Primer diolah SPSS"24

Jadi, berdasarkan table diatas diketahui bahwa nilai VIF Variabel kualitas layanan (x1) dan variable kualitas produk (x2) adalah 8,700 dan nilai tolerance value $0,115 > 0,1$ maka dapat dinyatakan dari hasil yang sudah ada bahwasannya terbukti ketika ketiga dari variable bebas dalam penelitian ini, dijelaskan pada hasil yang terbebas dari gejala multikolinearitas.

4.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Jika titik data tidak mengelompok bersama dengan cara tertentu, baik di atas atau di bawah rata-rata, maka varians residual dalam model regresi tidak heteroskedastik. Jika regresi linier terlihat jelas tidak efektif, maka dari uji varians akan menunjukkannya. Sehingga dalam hal ini Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada ada atau tidaknya variabel-variabel independen dalam model regresi penelitian saling berkorelasi satu sama lain. Variabel independen dalam model regresi yang layak tidak boleh berhubungan satu sama lain. Sehingga ketika ada hubungan linier yang sempurna atau tepat antara beberapa atau semua variabel independen, model regresi dikatakan dipengaruhi oleh multikolinearitas, seperti yang dijelaskan oleh Frisch.⁷⁰ Uji Heteroskedastisitas juga berfungsi guna menguji apakah amodel regresi memiliki ketidaksamaan varians residual dari pengamatan satu dan yang lainnya. Oleh sebab itu, jika varian residual suatu penelitian tetap sama maka disebut homokedositas. Namun jika varian residual suatu penelitian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Hasil uji ini bias diketahui dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas yang ada dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan regresi variabel bebas. Sehingga jika variabel regresi yang diperoleh sebesar $<0,05$ maka dapat disimpulkan bahwasannya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas yang terjadi pada data yang digunakan. Sehingga dapat dikatakan apabila nilai pada signifikan variable independent sendiri bernilai $> 0,05$ berpengaruh bahwa data yang digunakan tidak bergejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 14 Hasil Pengujian Heterokedastisitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,119	0,935		2,267	0,29
	Kualitas Layanan	-0,181	0,107	-0,783	-1,684	0,101

⁷⁰ Desy Ambarwati, *Uji Dan Perbaikan Multikolinearitas*, 2015.

	Kualitas Produk	0,159	0,117	0,632	1,361	0,182
--	-----------------	-------	-------	-------	-------	-------

a Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data Primer diolah SPSS²⁴

Tes bergantung pada nilai signifikan untuk membuat penilaian. Keputusan dalam uji heteroskedastisitas didasarkan pada tingkat signifikansi, dan hasil uji Glejser pada Tabel 7 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (x1) memiliki tingkat signifikansi $0,101 > 0,05$, dan kualitas produk (x2) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,182 > 0,05$, sehingga tidak ada variabel dalam penelitian ini yang menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

4.3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Banyak regresi linier sendiri mengacu terhadap sebuah model pada regresi di mana ada banyak variabel independen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan dengan cara apa. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas kualitas layanan dan kualitas produk dengan variabel terikatnya yakni pada loyalitas anggota.⁷¹ Berikut adapun hasil pada ujinya :

Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,732	1,610		1,076	0,289
	Kualitas Layanan	0,435	0,185	0,457	2,352	0,024
	Kualitas Produk	0,489	0,201	0,473	2,432	0,020

a. Dependent Variable: Loyalitas

Anggota

⁷¹ Dessy Noor Farida Noor Farieda Awwaliyah, Ratno Agriyanto, 'The Effect of Regional Original Income and Balance Funding on Regional Government Financial Performance', *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, Vol 1 NO.1 (2019), 25-46.

Sumber : Data Primer diolah SPSS"24

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan output pengujian regresi linear berganda serta didapatkan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,732 + 0,435 + 0,489 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Anggota

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan

β_2 = Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Kualitas Produk

e = Standar error

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Koefisien (α) = nilai konstanta dari persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebesar 1,732 menyatakan bahwa jika variabel kualitas layanan dan kualitas produk bernilai nol, maka nilai konstanta dapat menaikkan loyalitas Anggota sebesar 1,732.
- b. Koefisien X₁ (kualitas produk)
Nilai koefisien regresi X₁ dalam persamaan diatas sebesar positif 0,435, Hal ini menunjukkan apabila variabel-variabel independen yang lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan kualitas layanan sebesar 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai loyalitas anggota sebesar 0,435 persen.
- c. Koefisien X₂ (Kualitas Produk)
Nilai koefisien regresi X₂ dalam persamaan diatas sebesar 0,489. Hal ini menunjukkan apabila variabel-variabel independen yang lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai loyalitas anggota sebesar 0,489 persen.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui tingkat kepentingan relatif hubungan antara dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) serta loyalitas anggota (Y) dilakukan uji hipotesis (Uji). Pada ujian ini, Anda dapat memilih antara dua opsi. Opsi pertama adalah mencari nilai t di database dan membandingkannya dengan yang Anda dapatkan. Variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara menguntungkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan sebaliknya. Metode kedua membandingkan tingkat signifikansi kedua variabel; pengaruh positif variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05, dan pengaruh negatif ditunjukkan sebaliknya. N = jumlah sampel (40), k = jumlah variabel bebas, $\alpha = 0,05$ = tingkat kepercayaan 95% $df = n - k = (40 - 2) = 38$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,026$ sebagai $(N - k - 1) = (40 - 2 - 1) = (37)$. Temuan uji hipotesis penelitian (T) ditunjukkan di bawah ini.

**Tabel 16 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,732	1,610		1,076	0,289
	Kualitas Layanan	0,436	0,185	0,457	2,352	0,024
	Kualitas Produk	0,469	0,201	0,473	2,432	0,020

a. Dependent Variable: Loyalitas

Menurut hasil uji hipotesis (Uji T) diatas maka bisa dilakukan pengujian hipotesis untuk setiap variabel independen sebagai berikut :

- menurut dari hasil uji parsial dari variabel independent yang pertama yaitu kualitas layanan (X_1), di peroleh t hitung dan t tabel sebesar $2,352 > 2,026$ serta nilai sigifikan $0,024 < 0,05$. sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota. **H1 diterima.**
- Menurut hasil uji parsial dari variabel independen yang kedua yaitu Kualitas Produk (X_2), di peroleh t hitung dan t tabel sebesar $2,432 > 2,026$ dan nilai sigifikan $0,020 <$

0,05. sehingga dapat di Tarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota. **H2 diterima.**

4.4.2 Uji F (Simultan)

Apakah kualitas layanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) mempengaruhi loyalitas anggota (Y) secara bersamaan atau bersama-sama diselidiki menggunakan uji F untuk sampel independen. Jika f hitung lebih besar dari f tabel, maka variabel independen memiliki pengaruh gabungan terhadap variabel dependen, dan jika f tabel lebih besar, maka variabel dependen bertindak secara independen. Estimasi nilai f adalah 3,25, dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, atau 0,05. Hasil dari Uji Simultan studi (F) ditunjukkan di bawah ini.:

Tabel 17 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	941,674	2	470,837	96,621	,000 ^b
	Residual	180,301	37	4,873		
	Total	1121,975	39			

a. Dependent Variable : Loyalitas Anggota

b. Predictors

Sumber : Data Primer diolah SPSS²⁴

Menurut tabel diatas dengan melihat tabel nilai F dan tabel signifikan. Di peroleh nilai f hitung sebesar $96,621 > 3,25$ dan nilai signifikansi senilai $0,000 < 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1), dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota (Y).

4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai kemampuan model untuk menjelaskan fluktuasi variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan dengan uji koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada korelasi. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, semakin besar kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 0, berarti variabel independen tidak dapat sepenuhnya menjelaskan variabel dependen. Uji koefisien determinasi yaitu digunakan untuk

mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

**Tabel 18 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,916 ^a	0,839	0,831	2,207

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas Layanan

Sumber : Data Primer diolah SPSS²⁴

Nilai adjusted R-Square (koefisien determinasi) yang di dapatkan adalah 0,831, dimana hal ini menunjukkan pentingnya variable independent Kualitas layanan, kualitas produk dalam menjelaskan faktor – factor untuk menjelaskan variable dependen, yaitu loyalitas anggota sebesar 83,9 %. Sedangkan sisanya sebesar 16,1% dapat dijelaskan pada variabel lainnya di luar dari pada variable independent dalam riset ini.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Anggota

Menurut hasil uji Hipotesis yang telah di lakukan membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota dengan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$. Dapat dikatakan berpengaruh positif di lihat variable kualitas layanan yang mempunyai nilai koefisien regresi 0,436. Menurut hasil tersebut bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di BTH Amanah Kota Kudus **diterima**.

Dari riset ini memaparkan bahwasannya kualitas layanan pada BTH Amanah Kota Kudus sendiri ini tidak cukup baik terhadap loyalitas anggota yang ada. Maka dari itu menunjukkan bahwa pelayanan adalah unsur penting di dalam membangun kepuasan, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menegaskan, bahwa strategi di dalam pelayanan memberikan kesan positif, menyenangkan, dan memberikan keuntungan kepada anggota.

Teori Perilaku Konsumen merupakan teori yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang menjelaskan hal-hal tentang proses bagaimana penentuan penyebab dan motif mengenai perilaku seseorang. Artinya individu akan terpaksa berperilaku karena situasi atau lingkungan sehingga secara individu konsumen dapat melakukan banyak hal seperti

adanya pengaruh pelayanan yang diberikan dari Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.

Diperkuat lagi dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Sopiya (2021), penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Anggota. Menurut Sigma Research dalam Muhammad Sopiya pelayanan adalah unsur penting di dalam membangun kepuasan, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menegaskan, bahwa strategi di dalam memenangkan persaingan antar perbankan adalah bagaimana memaksimalkan pelayanan yang dimiliki sehingga memberikan kesan positif, menyenangkan, dan memberikan keuntungan kepada nasabah.

Secara alamiah nasabah akan menempatkan pilihannya kepada bank tersebut. Selain itu, menghadirkan suatu produk berkualitas juga adalah keniscayaan. Di mana konsep Mudharabah sendiri dibangun dengan tujuan memberikan keuntungan yang adil bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi hasil. Jika diperbandingkan, konsep Mudharabah secara signifikan memberikan bagi hasil yang lebih besar, sehingga nasabah secara finansial terbebas dari potongan administrasi dan bertambahnya tabungan. Dengan demikian jelas, tujuan utama nasabah dapat tercapai, yakni uang yang disimpannya terbebas dari potongan, dan justru mendapatkan tambahan dari bagi hasil, serta selama proses pelayanan mendapatkan kehangatan dan kemudahan, maka tidak heran kepuasan nasabah meningkat.

4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Mudharabah terhadap Loyalitas Anggota

Menurut hasil uji Hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa Kualitas Produk Mudharabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota dengan nilai signifikansi $2,432 > 2,026$. Dapat dikatakan berpengaruh positif positif di lihat variable kualitas produk Mudharabah yang mempunyai nilai koefisien regresi 0,469. Menurut hasil tersebut bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa kualitas produk mudharabah berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di BTH Amanah Kota Kudus **diterima**.

Hal ini menandakan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kualitas produk mudharabah dan loyalitas anggota apabila kualitas produk rendah maka loyalitas anggota pada BTH Amanah Kota Kudus mengalami penurunan. Sehingga Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan pelanggan merupakan penyebab utama

timbulnya loyalitas yang tinggi. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis. Hubungan tersebut merupakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Teori Perilaku Konsumen merupakan suatu Tindakan yang langsung dalam mendapatkan produk dan jasa dalam keputusan yang mendahului dan mengikuti Tindakan. Berdasarkan teori perilaku konsumen maka keputusan dalam suatu penggunaan melibatkan pilihan produk yang akan digunakan yang dipengaruhi oleh kualitas produk mudharabah. Artinya kualitas pada produk mudharabah dapat mendorong loyalitas pada anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Nawang Sigit dan Euis Sholiha (2018) Bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dimanasemakin bagus kualitas produk yang ada akan meningkatkan loyalitas nasabah. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KUR, maka semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan meningkatkan loyalitas nasabah. Ini memiliki pengaruh besar dalam menciptakan loyalitas nasabah. Nasabah akan setia atau loyal terhadap suatu produk bila nasabah mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan perlu mengatur strategi pemasaran agar nasabah tertarik terhadap layanan yang ditawarkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil pembahasan dan analisis data Kualitas Layanan, Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota BTH Amanah Kota Kudus dapat disimpulkan bahwasannya sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Dari riset ini membuktikan hasil bahwa loyalitas anggota mempunyai nilai t hitung sebesar $2,352 > 2,026$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,436$. Yang berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota.
- b. Variabel Kualitas Produk Mudharabah berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Dari riset ini membuktikan hasil bahwa kualitas produk mempunyai t hitung sebesar $2,352 > 2,026$ nilai signifikansi $0,020 < 0,05$, dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,469$, yang berarti bahwa kualitas produk mudharabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, dan setiap terjadi penurunan kualitas produk mudharabah maka penurunan anggota akan meningkat.
- c. Menurut dari hasil uji koefisien determinasi, di peroleh nilai R square (R²) sebesar $0,839$ atau $83,9\%$ yang artinya $83,9\%$ variasi loyalitas anggota BTH Amanah Kota Kudus dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kualitas produk mudharabah secara Bersama – sama. Sedangkan $16,1\%$ di jelaskan pada variasi independent lainnya. Kondisi ini berarti model yang dibangun pada riset ini pada tingkat moderat.

5.2 Saran

- a. Peneliti kedepannya diharapkan dapat beradaptasi dengan perubahan zaman dan permasalahan dengan mengembangkan dan menciptakan faktor-faktor baru yang mempengaruhi loyalitas anggota di BTH Amanah Kota Kudus.
- b. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menggali informasi lebih dalam lagi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.
- c. Niat dan harapan Menurut data yang dibahas di atas, jika kualitas layanan menurun, loyalitas anggota juga menurun, dan jika kualitas layanan meningkat, loyalitas anggota juga meningkat. Jika barang mudharabah anggota BTH Amanah Kota Kudus sekarang lebih berkualitas, maka loyalitas anggota tidak menjadi masalah. Kesetiaan anggota terhadap BTH Amanah Kota Kudus akan dipengaruhi oleh perubahan jumlah anggota tetap.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Ambarwati, Desy, *Uji Dan Perbaikan Multikolinearitas*, 2015
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Novita Kusuma Maharani dan Ani Silvia, 2019, ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL, AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam
- Novita Anggraini, "Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng," Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgrri Kediri, 2018, 1–108.
- Suyadi Prawirosentono, *Bahasan Komprehensif Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis Disertai: Analisis Dan Studi Kasus* (Bumi Aksara, 2002), h. 25
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm.2
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri. 2017
- FI, Sigit Suyantoro, *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian dengan Menggunakan SPSS*, Semarang: WahanaKomputer
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: ALFABETA, 2010

- Januarida, Wibowati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Palembang, PT Muarakati Baru Satu, Jurnal Manajemen. 8. 2021
- Jusuf, Soewadji, *Pengantar metodologi penelitian* 2012
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002
, *Customer Service Excellent*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2017
- Lupiyoadi, Rambat ; A. Hamdani, Dedy, *Manajemen pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat, 2011
- Mulyapradana Aria, Ary Dwi Anjani, Harnoto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 2020.
- Muchdarsyah, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000
- Muhammad, *Sistem dan Prosedur Bank Syariah*, Yogyakarta: Tim UII Press, 2000.
- Nur, Zainuddin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016
- Philip Kotler, Philip; Garry, Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terj. Imam Nurmawan, Jakarta: Erlangga, 2001
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV, Alfabeta, 2013
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Suhairi, *Fiqih Kontemporer*, Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2015
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persadam, 2010
- Sunardi, Sunardi, and Sri Handayani. *Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*, *Islaminomic*, vol. 4, no. 3, 2013.

Umar, Husei, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005

Umar, Husein, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000

Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonosia, 2002

Saadah, S., Paramita, M., & Aziz, I. A. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Lkms (Bprs Al Salaam Kc. Cibinong)*. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(2), 86–98. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i2.2092>

Yuliardi, Ricki, and Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, Yogyakarta: Innosain, 2017

Yusran, Asep Hermawan Husna Leila, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017

<https://www.findglocal.com/ID/Kudus/234665529990151/BMT-Amanah---Kudus> diakses pada 25 Januari 2023

<https://bth.co.id/produk-dan-layanan/> di akses pada 25 Januari 2023

Yuliardi, Ricki, and Zuli Nuraeni. "*Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*." Yogyakarta: Innosain (2017).

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

- **Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin : Perempuan

Laki - Laki

Umur : 30-35

36-40

41-45

46-50

> 50

Pekerjaan :

- **Petunjuk Pengisian :**

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

- **Pertanyaan :**

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Pelayanan yang diberikan petugas BTH Amanah Kota Kudus cepat dan tepat waktu?					
2.	Jaminan pelayanan yang diberikan petugas BTH Amanah Kota Kudus tepat?					
3.	Pelayanan yang diberikan petugas BTH Amanah Kota Kudus merespon dengan baik?					
4.	Pelayanan yang di berikan petugas BTH Amanah Kota Kudus Cermat?					
5.	Bentuk pelayanan yang diberikan petugas					

	BTH Amanah Kota Kudus dapat diandalkan?					
6.	Pelayanan yang diberikan petugas BTH Amanah Kota Kudus dapat diandalkan?					

Variabel Kualitas Produk Mudharabah (X2)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Produk Mudharabah yang diberikan BTH Amanah Kota Kudus sesuai dengan kebutuhan anda?					
2.	Produk Mudharabah yang diberikan BTH Amanah Kota Kudus sesuai dengan tujuan anda?					
3.	Persyaratan menggunakan produk mudharabah BTH Amanah Kota Kudus cukup ringan dan mudah?					
4.	Pencairan pembiayaan produk Mudharabah di BTH Amanah Kota Kudus cukup Mudah?					
5.	Pelayanan Produk Mudharabah pada BTH Amanah Kota Kudus memuaskan?					
6.	Produk Mudharabah pada BTH Amanah Kota Kudus?					

Variabel Loyalitas Anggota (Y)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Anda berkomitmen akan beralih dari penggunaan produk mudharabah BTH Amanah Kota Kudus?					
2.	Anda mempercayakan produk mudharabah BTH Amanah Kota Kudus seutuhnya?					
3.	Anda tidak merekomendasikan produk mudharabah BTH Amanah Kota Kudus					

	Kepada Orang lain?					
4.	Apakah anda tidak puas terhadap jasa yang ditawarkan BTH Amanah Kota Kudus?					
5.	Apakah anda belum mempercayakan seutuhnya pada produk mudharabah di BTH Amanah Kota Kudus?					
6.	Apakah anda belum mengalami kemudahan setelah menggunakan produk mudharabah BTH Amanah Kota Kudus?					

Lampiran 2 Data Responden

- Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	21	52,5 %
Laki –Laki	19	47,5 %
Total	40 Responden	100 %

- Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
31-35	10	25 %
36-40	8	20 %
41-45	18	45 %
46-50	1	2,5 %
>50	3	7,5 %
Total	40 Responden	100 %

- Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Karyawan	9	22,5 %
Pegawai	4	10 %
Pengusaha	10	25 %
Ibu Rumah Tangga	4	10 %
Wiraswasta	13	32,5 %
Total	40 Responden	100%

Lampiran 3 Tabulasi Data

- X1

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
4	4	3	3	4	3	21
4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	3	3	20
1	3	2	2	3	1	12
1	1	1	2	3	1	9
4	3	4	4	3	4	22
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	4	4	3	24
3	4	4	5	4	4	24
1	1	1	1	2	2	8
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	3	19
4	3	4	5	5	3	24
1	2	1	2	3	2	11
4	5	5	3	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26
3	4	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	3	3	20
5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	5	3	3	23
4	3	4	3	3	3	20
4	4	4	4	5	5	26
3	4	4	3	4	4	22
5	4	4	5	4	4	26
4	3	4	5	4	3	23
4	5	4	4	4	3	24
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	5	4	4	26
1	2	2	1	1	1	8
5	4	4	4	4	4	25
4	3	5	4	5	4	25
5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	3	5	4	25
5	4	4	5	4	3	25
3	3	3	4	3	3	19

- X2

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	x2.6	Total X2
4	4	3	3	4	3	21
5	5	5	4	4	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	3	4	5	24
2	1	1	3	3	2	12

2	1	3	3	3	1	13
3	4	4	4	3	3	21
5	5	5	5	5	4	29
4	3	5	4	4	4	24
5	3	4	4	4	3	23
2	1	3	1	2	3	12
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	3	3	3	19
4	4	5	5	4	5	27
2	3	2	2	1	3	13
5	4	5	4	3	3	24
5	5	4	4	5	5	28
4	3	4	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
4	5	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	5	27
4	2	5	2	3	4	20
4	3	3	4	3	3	20
5	5	4	5	4	4	27
3	3	4	3	3	3	19
5	4	4	5	4	3	25
5	3	5	5	5	3	26
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	5	4	4	25
5	4	4	5	5	5	28
3	5	4	3	4	4	23
2	2	2	1	1	1	9
3	4	5	3	5	4	24
3	4	5	5	4	3	24
4	3	4	5	5	5	26
3	4	5	5	5	4	26
4	5	3	4	4	5	25
3	3	2	4	3	4	19

• Y

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total Y
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	5	4	25
3	1	1	2	2	3	12
1	1	1	1	2	3	9
4	4	3	4	3	4	22
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	20
4	3	4	4	4	5	24
1	1	1	2	2	3	10
5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	3	3	4	18
5	5	5	5	5	5	30
1	2	3	2	2	1	11

5	5	5	4	4	5	28
5	4	5	5	5	5	29
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	4	4	21
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	3	2	21
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	3	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
4	5	4	4	5	4	26
4	4	3	4	5	4	24
3	4	4	5	4	4	24
4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	4	3	4	25
3	2	3	1	1	4	14
3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	5	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
3	4	4	5	4	4	24
4	5	3	4	4	5	25
4	3	3	3	4	4	21

HASIL OUTPUT SPSS

Lampiran 4 Hasil output SPSS Teknik Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	40	8.00	30.00	24.0750	3.74431
Kualitas Produk	40	12.00	30.00	24.2750	3.59478
Loyalitas Anggota	40	10.00	30.00	24.1000	3.84841
Valid N (listwise)	40				

Uji Instrumen

Lampiran 5 Hasil output SPSS Uji Validitas

- Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X
								1
X1.1	Pearson Correlation	1	.725**	.832**	.775**	.677**	.768**	.920**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.725**	1	.764**	.586**	.678**	.784**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.832**	.764**	1	.712**	.650**	.751**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.775**	.586**	.712**	1	.569**	.559**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.677**	.678**	.650**	.569**	1	.769**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.6	Pearson Correlation	.768**	.784**	.751**	.559**	.769**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.920**	.870**	.906**	.807**	.823**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Variabel Kualitas Produk Mudharabah (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.598**	.542**	.625**	.613**	.558**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.598**	1	.528**	.585**	.630**	.692**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.542**	.528**	1	.561**	.646**	.460**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.000

	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.625**	.585**	.561**	1	.735**	.485**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.613**	.630**	.646**	.735**	1	.671**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.6	Pearson Correlation	.558**	.692**	.460**	.485**	.671**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.002	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.800**	.831**	.763**	.819**	.879**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

- Variabel Loyalitas Anggota (Y)

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.778**	.721**	.685**	.656**	.630**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y2	Pearson Correlation	.778**	1	.777**	.790**	.778**	.574**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y3	Pearson Correlation	.721**	.777**	1	.797**	.696**	.541**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y4	Pearson Correlation	.685**	.790**	.797**	1	.815**	.594**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y5	Pearson Correlation	.656**	.778**	.696**	.815**	1	.643**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	40	40	40	40	40	40	40
Y6	Pearson Correlation	.630**	.574**	.541**	.594**	.643**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.863**	.911**	.876**	.905**	.882**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Lampiran 6 Hasil output Reabilitas Data

- X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	6

- X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

- Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	6

Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15014200
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070

	Negative	-.054
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

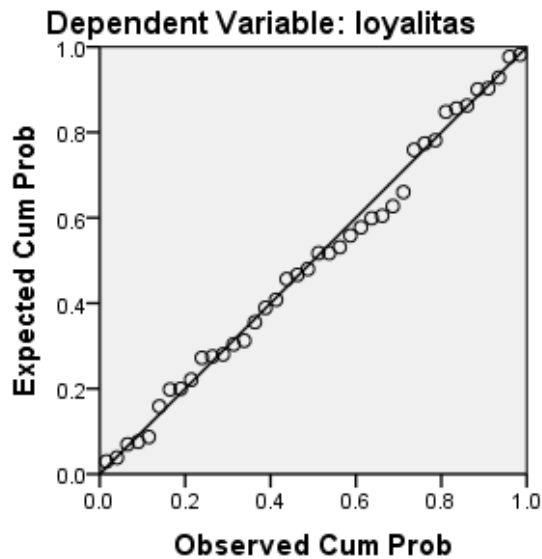
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.732	1.610		1.076	.289		
	Kualitas Layanan	.435	.185	.457	2.352	.024	.115	8.700
	Kualitas Produk	.489	.201	.473	2.432	.020	.115	8.700

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedasitas (Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.732	1.610		1.076	.289
	Kualitas Layanan	.435	.185	.457	2.352	.024
	Kualitas Produk	.489	.201	.473	2.432	.020

a. Dependent Variable: Loyalitas

Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.732	1.610		1.076	.289
	kualitas layanan	.435	.185	.457	2.352	.024
	kualitas produk	.489	.201	.473	2.432	.020

a. Dependent Variable: loyalitas

Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	.839	.831	2.207

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas layanan

Uji Hipotesis

Lampiran 12 Hasil Uji Parsial T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.732	1.610		1.076	.289
	kualitas layanan	.435	.185	.457	2.352	.024
	kualitas produk	.489	.201	.473	2.432	.020

a. Dependent Variable: loyalitas

Lampiran 13 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	941.674	2	470.837	96.621	.000 ^b
	Residual	180.301	37	4.873		
	Total	1121.975	39			

a. Dependent Variable: loyalitas

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas layanan

Lampiran 14 Penyerahan Kuisisioner Kepada Ketua BTH Amanah Kota Kudus





- Simpanan Sakinah
- Simpanan Mawaddah
- Simpanan Qurban



Lampiran 15 Surat Keterangan



Baitut Tamwil Hidayatullah
Alamat :
Bakalan Krapyak Rt. 05/04
Kec. Kalwungu Kab. Kudus Jawa Tengah
Telp./Fax (0291) 425 0388

**SURAT KETERANGAN
NOMOR. 12/BTH KUDUS/III/2023
TENTANG
PELAKSANAAN PENELITIAN MAHASISWA**

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Slamet Fitrianto
Alamat Tinggal : Purwosari 04/06 Kota - Kudus
Jabatan : Manajer

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dengan keterangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Arya Kusumadika
NIM : 1905026045
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Wallsongo Semarang

Benar-benar telah melakukan penelitian pada lembaga yang kami kelola dengan judul penelitian "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Kota Kudus*" .

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kudus, 27 Maret 2023

BTH Kudus

Slamet Fitrianto
Manajer

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Diri

Nama : Wahyu Arya Kusumadika
Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 06 Juni 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
E-mail : Wahyuaryakusumadika@gmail.com
No. Telp/HP : 087831220459
Alamat : Perum Pankis Griya, Rt04/Rw06, Jepang Pakis, Kudus.

B. Pendidikan

- a. SDIT AL-Islam Kudus
- b. Pondok Modern Darussalam GONTOR Puteri Kampus 3
- c. SMA Nu Al-Ma'ruf Kudus

C. Pengalaman Organisasi

- a. HMJ Ekonomi Islam
- b. DEMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- c. Trans Corp Transmania Semarang
- d. KOPMA UIN Walisongo Semarang
- e. Indonesia Youth Space Semarang
- d. Nusatalent Community
- e. Perhumas Muda Semarang

Demikian Daftar Riwayat hidup saya buat dengan sebenarnya dan dapat di pertanggung jawabkan. Atas Perhatian Bapak/Ibu, Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima Kasih

Semarang, 18 Maret 2023

Penulis,



Wahyu Arya Kusumadika

NIM. 1905026045