

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki daerah yang sangat luas, dengan perkembangan lembaga keuangan di setiap daerahnya yang memiliki lembaga keuangan dengan basis konvensional maupun syariah. Adapun pada lembaga keuangan syariah, terdapat lembaga keuangan syariah perbankan dan non perbankan. Serta juga sudah banyak tersebar dan berdiri di seluruh Indonesia.<sup>1</sup>

Pada perbankan syariah memiliki jasa produk yang ditawarkan yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana, serta bertugas sebagai lembaga penengah antara pihak yang kekurangan dan kelebihan dana.<sup>2</sup> Maka disamping melakukan kegiatan penghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, mereka juga akan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat sebagai usaha mengurangi kesenjangan serta menaikkan perekonomian masyarakat.<sup>3</sup> Adanya lembaga keuangan syariah memberikan bermacam fasilitas dengan berbagai bentuk simpanan dan pembiayaan yang merupakan kegiatan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah seperti BMT,

---

<sup>1</sup> Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), 46.

<sup>2</sup> Arif Zunaidi, & Urfiatur Rohmi Setiani. (2021). Bank Sampah Permata Dan Kontribusi Sosial Ekonominya Bagi Masyarakat. *Wadiah*, 5(2). <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i2.3513>

<sup>3</sup> Tiana, R. Z., & Zunaidi, A. (2022). Kualitas Portofolio Pembiayaan : Analisa Tentang Pengaruh Pembiayaan Pada Perubahan Laba Bank Syariah. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 604–627. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/276>

BPRS, Koperasi Syariah, dan Bank Umum Syariah kepada anggota untuk kebutuhan modal usaha.<sup>4</sup>

Persaingan industri lembaga keuangan syariah yang semakin ketat, khususnya pada BMT, menjadikan mereka lebih kreatif, inovatif dalam mengembangkan produknya. BMT adalah lembaga keuangan mikro syariah yang mempunyai prinsip bagi hasil atau melaksanakan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menumbuhkan usaha yang produktif dan berinvestasi guna menaikkan kualitas kegiatan ekonomi.<sup>5</sup> Para pelaku usaha menengah ke bawah serta mengedepankan simpanan ekonomi dan kegiatan pendukung.<sup>6</sup>

BMT membutuhkan cara yang tepat untuk menemukan solusi guna memberdayakan usaha menengah ke bawah, agar dapat menaikkan ekonomi masyarakat yang bertumpu pada masyarakat itu sendiri dan dapat memperkuat sistem perekonomian nasional. Sehingga masalah kemiskinan cepat atau lambat akan segera teratasi.<sup>7</sup>

Terdapat lebih dari 5000 BMT yang tersebar di seluruh Indonesia. BMT hadir guna memberdayakan ekonomi masyarakat menengah ke bawah berdasarkan prinsip syariah Islam, yaitu dengan sistem bagi hasil atau tanpa bunga. Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan. Secara

---

<sup>4</sup> Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 2.

<sup>5</sup> Sri Anugerah Natalina, & Arif Zunaidi. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178>

<sup>6</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), 452.

<sup>7</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tanwil* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 23.

syariah, prinsipnya berdasarkan kaidah *almudharabah*. Berdasarkan prinsip ini, BMT akan berfungsi sebagai mitra baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana.<sup>8</sup> Dimana BMT akan bertindak sebagai *mudharib* ‘pengelola’, sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* ‘pemilik dana’. Antara keduanya diadakan akad *mudharabah* yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak. Pembagian hasil pada produk *mudharabah* secara tepat dipahami sebagai salah satu pengganti dari sistem bunga serta dapat diterapkan lembaga keuangan syariah pada umumnya.<sup>9</sup>

Dalam hal ini peneliti telah melakukan observasi awal pada BMT yang berada di Kabupaten Kediri dengan mengambil data dari website Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri tahun 2018, adapun penyebaran BMT di wilayah Kecamatan Kabupaten Kediri antara lain: di Semen terdapat 3 BMT, kemudian di Pare, Mojo, Badas masing-masing terdapat 2 BMT, dan Gurah, Kandat, Kras, Ngasem, Plosoklaten, Purwoasri masing-masing terdapat 1 BMT, sedangkan Wates, Tarokan, Ringinrejo, Puncu, Plemahan, Papar, Pagu, Ngancar, Ngadiluwih, Kunjang, Kepung, Kayen kidul, Kandangan, Grogol, Gampengrejo, dan Banyakan belum terdapat BMT.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Arif Zunaidi, Vickesia Trisnasari. *Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah Ib Ditinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang)*. Muamalatuna : Vol. 13 No. 2 (2021) <https://doi.org/10.37035/mua.v13i2.5525>

<sup>9</sup> Dian Faiqotul Maghfiroh, “Aplikasi Pembiayaan Mudharabah dalam Meningkatkan Profitabilitas PT. BPRS Bumi Rinjani Batu”, Skripsi, (Malang: UIN Malang, 2008), diakses 25 November 2021, 40.

<sup>10</sup> “Daftar Nama dan Alamat Koperasi Unit Desa (KUD) 1991” <https://kedirikab.bps.go.id/publication/2018/08/16/d4b0e0d1071951e7a5bf52df/kabupaten-kediri-dalam-angka-2018.html>, diakses 20 Juli 2020 pada pukul 15.30 WIB.

Mengacu pada data tersebut, maka peneliti memilih studi kasus dilakukan di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri yang terdiri dari 12 Kelurahan dan terdapat BMT lainnya selain BMT Rahmat. Yaitu ada KSPPS BMT Peta Kediri yang terletak di Kelurahan Bulu dan KSU BMT Sumber Makmur Syariah di Kelurahan Semen. Dan hasil yang diperoleh yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Kecamatan Semen**

Perbedaan	Nama Lembaga	
	BMT Rahmat	KSPPS BMT Peta
Produk Simpanan	Simpokus, Mudharabah, Mudharabah berjangka, Pendidikan, Wadiah, Pensiun Berkah	Tahajjud, Tabarak, Taburi, Tafakur
Operasional Kerja	Senin-Sabtu	Senin-Sabtu
Tempat	Strategis	Strategis
Promosi	Medsos, Mulut ke mulut, Brosur, area Kota/Kab. Kediri	Medsos, Mulut ke mulut, Brosur, area Kota/Kab. Kediri
Proses Transaksi	Mudah, Cepat, Tidak Berkelompok	Gampang, Tidak Berkelompok
SDM	Menguasai Bidanganya	Menguasai Bidanganya
Pelayanan	Langsung ke lapangan maupun datang ke kantor	Langsung ke lapangan maupun datang ke kantor
Jumlah Anggota	1.739 Anggota	841 Anggota
Lokasi	Jl. Argowilis No. 568, Semen, Kec. Semen, kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64161	Jl. Raya Sidomulyo, Bogo, Bulu, Kec. Semen, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64161
Tahun Berdiri	2003	2013

*Sumber: data peneliti dari hasil obsevasi, 2022*

Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan bahwa BMT Rahmat memiliki beberapa keunggulan di produk simpanan yang ditawarkan, jumlah anggota, dan tahun berdiri. Untuk KSPPS BMT Peta berdiri pada tahun 2013 dan hanya menawarkan produk simpanan 4T yang mana terdiri dari Tahajjud, Tabaruk, Taburi dan Tafakur. Dan untuk anggota yang bergabung sebanyak 841 anggota. Sedangkan untuk BMT Rahmat berdiri pada tahun 2003, dan produk simpanan yang ditawarkan terdiri dari beberapa kategori yaitu Simpokus, *Mudharabah*, *Mudharabah* berjangka, Pendidikan, *Wadiah*, Pensiun Berkah. Dan untuk jumlah anggota yang bergabung terdiri dari 1.739 anggota. Peneliti akhirnya memilih melakukan penelitian di BMT Rahmat karena memiliki jumlah anggota lebih banyak seperti penjelasan di atas.

BMT Rahmat sebagai objek dalam penelitian ini adalah lembaga keuangan syariah di Indonesia yang dipimpin oleh Bapak Mohammad Arif Hanafi, S.T yang merupakan warga asli Kelurahan Semen dan beliau juga bekerja di salah satu media cetak di Kediri yaitu Radar Kediri serta dipandang sebagai tokoh masyarakat di Kelurahan Semen. Karena keaktifan beliau menjadi pengurus NU Ranting Semen dan pernah menjadi anggota BANSER. Menariknya lagi terdapat 13 dari 34 pegawai BMT Rahmat merupakan warga asli Kecamatan Semen.<sup>11</sup>

Menurut Doney dan Cannon kepercayaan merupakan suatu hubungan antara perusahaan dengan konsumen, yang bekerjasama sebagai mitra bisnis

---

<sup>11</sup> Hasil observasi dengan Eny Nurhayati, S.Ag. Manager BMT Rahmat. (24 Februari 2021)

jangka panjang. Dimana konsumen memiliki keyakinan bahwa perusahaan tidak akan bertindak oportuniste, dan lebih menjaga hubungan baik dengan konsumen.<sup>12</sup> Sementara kepercayaan anggota dapat dilihat dari bagaimana suatu lembaga keuangan syariah seperti BMT Rahmat bisa melaksanakan tugasnya sesuai dengan apa yang telah menjadi tujuan BMT sebelumnya. Berikut ini tabel perkembangan anggota simpanan BMT Rahmat dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Anggota Simpanan di BMT Rahmat Tahun 2018-2021**

No.	Nama Simpanan	Jumlah Anggota Simpanan			
		2018	2019	2020	2021
1.	Simpanan Pokok Khusus	42	53	55	69
2.	Simpanan Mudharabah	546	906	1042	1113
3.	Simpanan Mudharabah Berjangka	241	264	290	240
4.	Simpanan Pendidikan	10	7	5	4
5.	Simpanan Pensiun Barokah	31	35	38	38
6.	Simpanan Wadiah	5	10	0	3

*Sumber: BMT Rahmat, 2022*

Berdasarkan data tabel 1.2 menunjukkan bahwa baik jumlah anggota simpanan pokok khusus maupun simpanan *mudharabah* di BMT Rahmat dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 selalu mengalami peningkatan jumlah anggota. Sementara untuk simpanan pendidikan justru mengalami penurunan jumlah anggota dari tahun 2019-2021. Kemudian untuk

<sup>12</sup> Doney, P.M., dan Cannon J.P., "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 61, April 1997, (diakses 25 November 2021), 35-51.

simpanan *mudharabah* berjangka dan simpanan pensiun barokah mengalami peningkatan jumlah anggota pada tahun 2019-2020, namun pada tahun 2021 jumlah anggota simpanan *mudharabah* berjangka mengalami penurunan dan untuk jumlah anggota simpanan barokah tidak mengalami peningkatan maupun penurunan. Sedangkan jumlah anggota simpanan *wadiah* naik pada tahun 2019, namun turun pada tahun 2020, kemudian naik lagi pada tahun 2021. Jumlah tersebut berasal dari banyaknya anggota yang menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh BMT Rahmat. Sebagai lembaga keuangan mikro syariah BMT Rahmat terbukti semakin berkembang dan banyak diminati. Kini dalam usia yang beranjak menuju 20 tahun, BMT Rahmat telah mencapai 1.739 anggota. Mereka terdiri dari para pengusaha menengah, yaitu: pedagang, petani, dan lain-lain. Anggota BMT Rahmat juga terdiri dari penyimpan dana yang berasal dari wilayah Kediri baik kota maupun kabupaten.<sup>13</sup>

Adapun total anggota simpanan *mudharabah* (simuda) di BMT Rahmat berjumlah seperti tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Total Anggota Simpanan *Mudharabah* dan Pembiayaan di BMT Rahmat Tahun 2021**

No.	Nama Produk Simpanan	Jumlah Anggota
1.	Simpanan <i>Mudharabah</i>	1.113

*Sumber: BMT Rahmat, 2022*

<sup>13</sup> Hasil observasi dengan Eny Nurhayati, S.Ag. Manager BMT Rahmat. (24 Februari 2021)

Berdasarkan data tabel 1.3 jumlah anggota simpanan *mudharabah* dan pembiayaan di BMT Rahmat memiliki jumlah yang sama yaitu 1.113 anggota, yang merupakan anggota aktif dan masih melakukan transaksi di BMT Rahmat pada tahun 2021.

Berdasarkan observasi awal dengan 53 responden yang menjadi anggota simpanan *mudharabah* di BMT Rahmat Kediri adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Alasan Loyalitas pada 53 Anggota Simpanan *Mudharabah* di BMT Rahmat Kediri**

No.	Indikator Loyalitas	Jumlah Anggota
1.	Kepuasan ( <i>satisfaction</i> )	7
2.	Kemudahan ( <i>choice reduction and habit</i> )	5
3.	Pengalaman dengan perusahaan ( <i>history with company</i> )	3
4.	Kepercayaan ( <i>trust</i> )	36
5.	Ikatan batin ( <i>emotional bonding</i> )	2
Total Responden		53

*Sumber: Data diolah hasil penelitian (Zikmund, CRM dan MPR Hotel)*

Berdasarkan data tabel 1.4 menunjukkan jumlah indikator paling sedikit respondennya adalah ikatan batin dengan jumlah 2 anggota, sementara jumlah responden indikator kepuasan sebanyak 7 anggota, indikator kemudahan dengan jumlah 5 anggota, dan indikator pengalaman dengan perusahaan dengan jumlah 3 anggota. Sedangkan indikator yang memiliki jumlah responden paling banyak adalah kepercayaan dengan jumlah 36 anggota.



BMT Rahmat Kediri akan berhasil memperoleh anggota dalam jumlah yang lebih banyak apabila dinilai dapat memberikan kepercayaan bagi anggotanya. Terciptanya kepercayaan anggota dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara BMT dan anggota menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi anggota, membentuk suatu rekomendasi dari anggota satu ke anggota lain yang dapat menguntungkan BMT dan terciptanya loyalitas anggota.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa untuk membangun sebuah loyalitas anggota, BMT Rahmat perlu meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dipasarkannya dengan memberikan hasil sesuai dengan apa yang sudah disepakati dengan anggota. Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota pada BMT Rahmat, dimana dengan terciptanya keadilan dalam menentukan tingkat bagi hasil maka loyalitas anggota akan terjaga.

Loyalitas anggota terhadap suatu produk dilandasi oleh faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor tersebut akan diangkat menjadi variabel penelitian. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota di BMT Rahmat diantaranya adalah melakukan transaksi secara berulang-ulang, merekomendasikan produk pada orang lain, membeli diluar lini produk atau jasa, menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing. Sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 1.5**  
**Distribusi Loyalitas Anggota Simpanan *Mudharabah* pada BMT Rahmat**

No.	Indikator Loyalitas	Jumlah Anggota
1.	Melakukan pembelian secara teratur	311
2.	Merekomendasikan produk pada orang lain	89
3.	Membeli diluar lini produk atau jasa	706
4.	Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing	7
Total Responden		1.113

Sumber: *BMT Rahmat, 2022*

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan bahwa jumlah anggota indikator membeli diluar produk lini atau jasa menjadi yang terbanyak yaitu 706 anggota. Sedangkan jumlah anggota indikator melakukan pembelian secara teratur yaitu 311 anggota, kemudian indikator merekomendasikan produk pada orang lain yaitu 89 anggota, dan untuk indikator menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing yaitu 7 anggota. Jumlah anggota paling dominan yaitu pada indikator membeli diluar produk lini atau jasa dikarenakan setiap anggota yang akan memakai produk pembiayaan wajib memakai produk simpanan *mudharabah*, hal tersebut harus dipenuhi sebagai syarat menjadi anggota pembiayaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti melakukan penelitian guna mengetahui lebih lanjut permasalahan tersebut dan mengangkat judul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan *Mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri.”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepercayaan anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri?
2. Bagaimana loyalitas anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dipaparkan tersebut pasti peneliti mempunyai tujuan tertentu, yaitu:

1. Untuk menganalisis bagaimana kepercayaan anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri.
2. Untuk menganalisis bagaimana loyalitas anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat Kediri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Peneliti memiliki harapan bahwa penelitian ini bisa memiliki manfaat sebagai berikut:

### 1. Secara Teori

Menurut Doney dan Cannon kepercayaan merupakan suatu hubungan antara perusahaan dengan konsumen, yang bekerjasama sebagai mitra bisnis jangka panjang. Dimana konsumen memiliki keyakinan bahwa perusahaan tidak akan bertindak oportunistik, dan lebih menjaga hubungan baik dengan konsumen.<sup>14</sup> Berdasarkan teori diatas saya menerima karena sesuai dengan hasil penelitian saya.

### 2. Secara Praktik

Menambah manfaat keilmuan tentang sikap anggota melalui penelitian lapangan yang telah disusun dengan rinci. Dan juga menambah kajian serta ilmu kepustakaan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Bisa digunakan oleh BMT Rahmat yang ada di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri sebagai pengetahuan perihal kepercayaan anggota simpanan *mudharabah*, agar bisa membantu dan juga mempermudah lembaga terkait mengenai cara memperkenalkan produk mereka secara lebih luas lagi.

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis yaitu perkiraan yang membutuhkan pembuktian untuk mengetahui benar atau tidaknya dugaan, sehingga memungkinkan untuk

---

<sup>14</sup> Doney, P.M., dan Cannon J.P., "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship",), 35-51.

mengetahui jawaban atas masalah terhadap topik yang sedang diteliti.<sup>15</sup>

Perkiraan atau hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ):

$H_a$ : Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pada anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat.

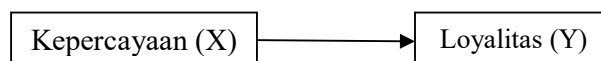
2. Hipotesis Nihil ( $H_0$ ):

$H_0$ : Kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pada anggota simpanan *mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Rahmat.

## F. Kerangka Pemikiran

Dipakai untuk memudahkan analisis penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan kerangka pemikiran:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa penelitian ini terdiri dari dua variabel. Dimana variabel X atau disebut juga variabel *independent* (bebas) yaitu kepercayaan, sedangkan variabel Y atau disebut juga variabel *dependent* (terikat) yaitu loyalitas yang dimiliki anggota simpanan *mudharabah* di BMT Rahmat Kediri yang beroperasi pada lembaga keuangan syariah.

---

<sup>15</sup> Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2009), 138

## G. Telaah Pustaka

1. Sasha Dwi Harumi Universitas Medan Area 2016. Penelitiannya berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Saiko *Laundry* Medan”.<sup>16</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan sampel memakai *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Variabel *independent* berpengaruh positif dan signifikansi secara parsial maupun simultan terhadap variabel *dependent*. Variabel kepercayaan berhasil mempengaruhi variabel loyalitas sebesar 5,2% dan variabel kepuasan mempengaruhi sebesar 0,5% serta 94,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian saat ini sama-sama memakai teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampelnya dan variabel *dependent*nya loyalitas. Sedangkan perbedaannya pada uji analisis yang dipakai yaitu linier regresi berganda namun pada penelitian di atas menggunakan linier regresi sederhana, serta pada variabel *independent*nya pada penelitian saat ini tidak memakai variabel kepuasan melainkan variabel kepercayaan.

2. Azka Al Afifah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2016. Penelitiannya berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi pada PT. Bank Syariah

---

<sup>16</sup> Sasha Dwi Harumi, “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Saiko *Laundry* Medan”, Skripsi, (Medan: Universitas Medan Area, 2016).

Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)”.<sup>17</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dengan model persamaan regresi linier berganda dan menunjukkan variabel loyalitas anggota berpengaruh secara bersama-sama yaitu 0,847 atau 84,7% terhadap ketiga variabel *independentnya* serta 15,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian saat ini sama-sama memakai variabel loyalitas sebagai variabel *dependent*. Sedangkan perbedaannya pada uji analisis yang dipakai yaitu linier regresi berganda pada penelitian di atas dan linier regresi sederhana pada penelitian saat ini serta pada variabel *independentnya* pada penelitian saat ini tidak memakai variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan melainkan variabel kepercayaan.

3. Nur Janatul Aliyah Institut Agama Islam Negeri Kediri 2022. Penelitiannya berjudul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Marketplace Shopee Pada Produk Fashion (Studi Kasus Pondok Pesantren Syarif Hidayatullah Cyber Kediri)”. Hasil penelitian menunjukkan Korelasi antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,604. Dari hasil uji regresi sederhana didapatkan hasil  $Y = 10,977 + 0,858X$ . Koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0,365. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara

---

<sup>17</sup> Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)”, Skripsi, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden fatah, 2016).

kepercayaan dengan loyalitas sebesar 36,5%, sedangkan sisanya 63,5% dipengaruhi oleh faktor lain.<sup>18</sup>

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian saat ini sama-sama memakai analisis linier sederhana. Sedangkan perbedaannya, penelitian saat ini sampelnya berjumlah 241 responden namun pada penelitian di atas memiliki jumlah sampel 107 responden, dan objek juga berbeda.

4. Erviani Damayanti Institut Agama Islam Negeri Kediri 2022. Penelitiannya berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bey Kota Kediri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat sebanyak 79 responden mayoritas berada pada kategori sedang dan loyalitas pelanggan terdapat sebanyak 51 responden mayoritas berada pada kategori sedang. Hasil uji T diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung} = 5,040 > t_{tabel} = 1,984$  (taraf signifikan 5%), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, sedangkan sumbangan nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 206. Hal ini berarti 20,6% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 79,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.<sup>19</sup>

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian di atas, sama-sama memakai variabel *dependent* loyalitas dan memakai uji analisis linier

---

<sup>18</sup> Nur Janatul Aliyah, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Marketplace Shopee Pada Produk Fashion (Studi Kasus Pondok Pesantren Syarif Hidayatullah Cyber Kediri)”, Skripsi (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022).

<sup>19</sup> Erviani Damayanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bey Kota Kediri”, Skripsi (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022).



regresi sederhana. Sedangkan perbedaannya, penelitian saat ini variabel *independentnya* memakai kepercayaan namun pada penelitian di atas memakai kualitas serta pada studi kasus yang berbeda juga.

5. Erik Istianingsih Institut Agama Islam Negeri Kediri 2021. Penelitiannya berjudul “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Produk Penyegar Tenggorokan Larutan Cap Badak (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Murottilil Qur’an Lirboyo Unit Kodran Desa Sidomulyo Kabupaten Kediri)”. Hasil penelitian menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 12,319 sedangkan  $t_{tabel}$  diketahui sebesar 1,98282 dan signifikansi 0,000 yakni  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikansi  $< 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas. Adapun hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa secara simultan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai sebesar 59,1%. sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>20</sup>

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian di atas, memakai variabel yang sama dan memakai uji analisis linier regresi sederhana. Sedangkan perbedaannya, penelitian saat ini pada studi kasus yang berbeda.

---

<sup>20</sup> Erik Istianingsih, “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Produk Penyegar Tenggorokan Larutan Cap Badak (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Murottilil Qur’an Lirboyo Unit Kodran Desa Sidomulyo Kabupaten Kediri)”, Skripsi, (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021).