

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, baik melalui wawancara dan dokumentasi yang menurut peneliti dapat membantu dalam melengkapi data-data yang diperlukan, maka yang dapat peneliti uraikan dari hasil yang di dapatkan di lapangan sebagai berikut:

1. Profil BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

a. Sejarah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

BMT NU lahir dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep khususnya kecamatan Gapura. Adanya anggapan masyarakat disana tidak ada peningkatan kesejahteraan secara signifikan dalam konteks ekonomi padahal, penghasilannya bisa dikatakan mencukupi kebutuhan sehari-hari. Pada tahun 2023 pengurus Majelis Wakil Cabang Nahdatul Ulama (MWC NU) Gapura waktu itu bertindak sebagai Rois Suriyah KHM. Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua Tanfidziah. KH. Moh. Ma'ruf yang memberikan tugas kepada Masyudi untuk melakukan aksi nyata untuk meningkatkan ekonomi umat. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang *mardhatillah*.¹

¹ Biografi BMT Jawa Timur diakses <https://bmtjatim.com/2015/05/sejarah.html>, pada tanggal 12 Januari 2024 pukul 09.22 WIB

Serangkaian upaya yang telah dilakukan oleh Lembaga perekonomian MWC NU Gapura untuk mewujudkan program tersebut, diawali dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan yaitu pada (08-10 April 2003). Bincang bersama alumni pelatihan guna merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan pada (13 Juli 2003), temu usaha pada (21 November 2003), lokakarya tanaman alternatif selain tembakau pada (13 Mei 2004) dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU)²

Hasil lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa adanya persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat yaitu di lemahnya pemasaran, dan lemahnya pengetahuan teknologi. Sehingga pertama kali yang harus dilakukan oleh peserta lokakarya yakni penguatan modal bagi hasil usaha kecil yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan. Ketua lembaga perekonomian NU pada saat itu menawarkan gagasan untuk mendirikan BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*) yaitu sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Akhirnya peserta lokakarya dan pengurus MWC NU bersama-sama mempertimbangkan kembali tentang gagasan tersebut dan pada akhirnya semua menyepakati untuk mendirikan sebuah Lembaga usaha simpan pinjam berdasarkan prinsip Syariah yaitu BMT.

Sejak tahun 2006 kehadiran BMT mulai terasa perkembangannya, maka pada tanggal 12 April pengurus melengkapi legal formal sebagai koperasi agar mendapat pangakuan dari pemerintah, dan pada tanggal 4 Mei 2007 telah diresmikan terdaftar di akte notaris dengan Nomor: 10, Badan Hukum:

² Biografi BMT Jawa Timur diakses <https://bmtjatim.com/2015/05/sejarah.html>, pada tanggal 12 Januari 2024 pukul 09.39 WIB.

188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP :503/6731/SIUP-K/435,114/2007, TDP: 13122500588, dan NPWP: 02.599.962.4-608.000. Pada 23 Juni 2019 KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota didirikan, yang bertepatan di JL. Kramat No. 99 Kelurahan Karang Dhalem Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. BMT NU Cabang Sampang Kota merupakan cabang ke 48 dari 91 keseluruhan jumlah kantor cabang BMT NU Jawa Timur, dimana pada tahun 2019 masih dikelola dengan 5 karyawan. Sehingga dengan adanya BMT NU Jatim di Sampang Kota yaitu untuk mendorong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasis Syariah, yang melalui pelayanan dan kinerja yang baik dalam pengelolaannya.³

b. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota⁴

1) Visi:

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan professional sehingga anggota dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

2) Misi:

- a) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai.
- b) Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.

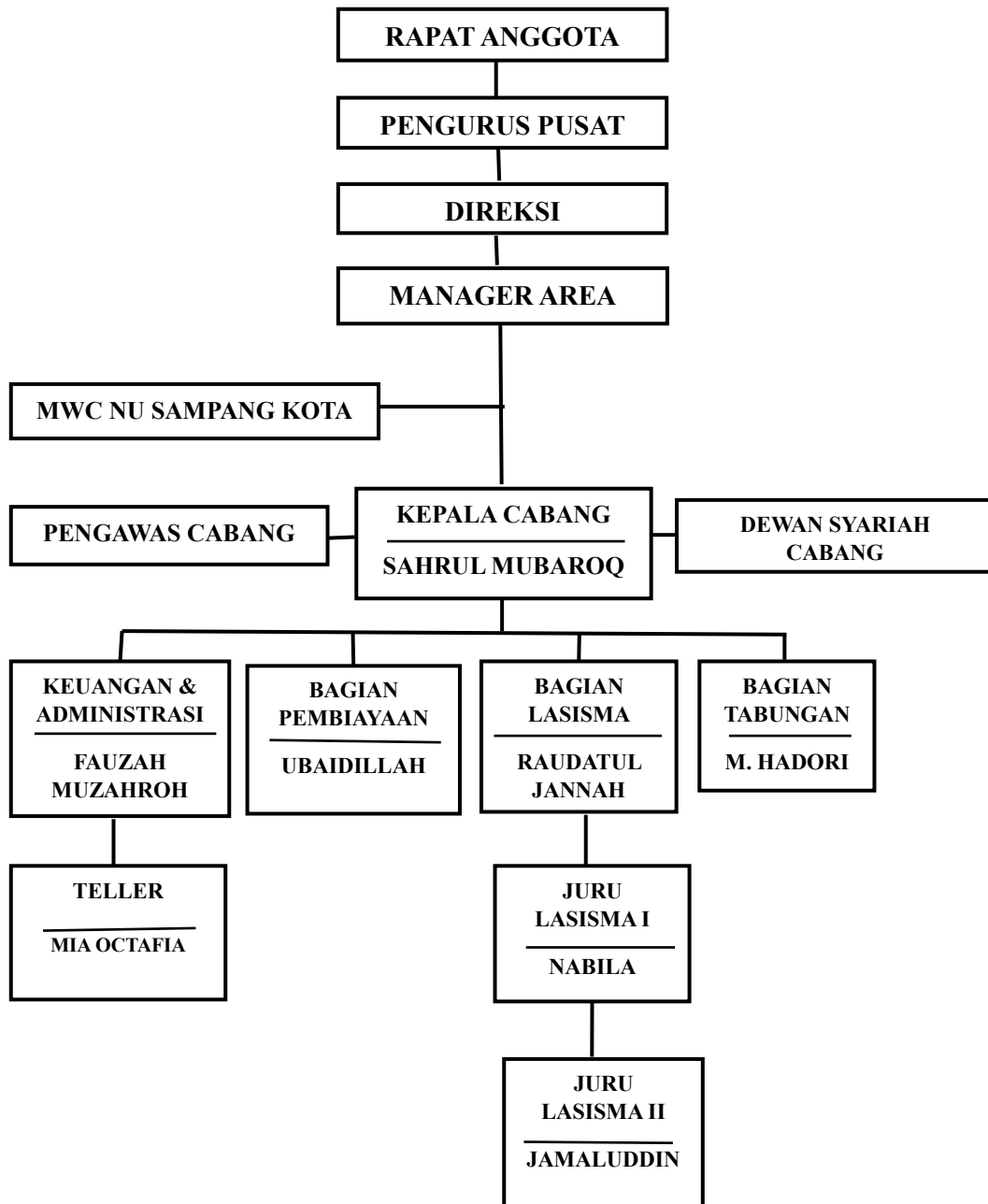
³ Dokumentasi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

⁴ Biografi BMT Jawa Timur diakses <https://bmtjatim.com/2015/05/visi.misi.html>, pada tanggal 12 Januari 2024 pukul 19.55 WIB.

- c) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- d) Mengutamakan menghimpun dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- e) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqoh, dan waqaf.
- f) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional, dan memiliki integritas tinggi.
- g) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- h) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- i) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

c. Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

Gambar 4.1. Struktur Organisasi



Sumber: Diolah oleh peneliti dari BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

d. Produk KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

Ada beberapa produk yang ditawarkan oleh BMT NU Jawa timur cabang Sampang kota yang terbagi menjadi tiga produk diantaranya sebagai berikut:⁵

1) Produk tabungan/simpanan

- a) SIAGA (Simpanan Anggota)
- b) SIDIK fathanah (Simpanan Pendidikan Fathanah)
- c) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)
- d) SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah)
- e) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah)
- f) SABAR (Simpanan Lebaran)
- g) TABAH (Tabungan Mdharabah)
- h) TARAWI (Tabungan Ukhrawi)

2) Produk Pembiayaan/Pinjaman

- a) Al- Qardlul Hasan
- b) Mudharabah dan Musyarakah
- c) Rahn/Gadai
- d) Pembiayaan Tanpa Jaminan
- e) Pembiayaan Hidup Sehati
- f) Murabahah dan Bai'Bitsamanil Ajil (BBA)

3) Produk Jasa

- a) Transfer/kiriman uang antar Bank dalam dan luar negeri.
- b) Pendaftaran haji dan umrah.
- c) Pembayaran tagihan listrik PLN, BPJS, Telephone, Pulsa, dll

⁵ Brosur BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

d) Pembayaran biaya Pendidikan perguruan tinggi.

2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dan diolah dengan cara membagikan angket kepada nasabah secara langsung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota terletak di Jl. Jamaluddin (Selatan ponpes Al-Haramain/Depan YPI Al-Karamah) Dhuwek Pote, Kecamatan Sampang kota, Kabupaten Sampang. Peneliti ini menggunakan 98 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling yang dilakukan secara acak di BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Dengan rincian data penyebaran kuisioner penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1. Rincian penerima dan pengembalian kuisioner

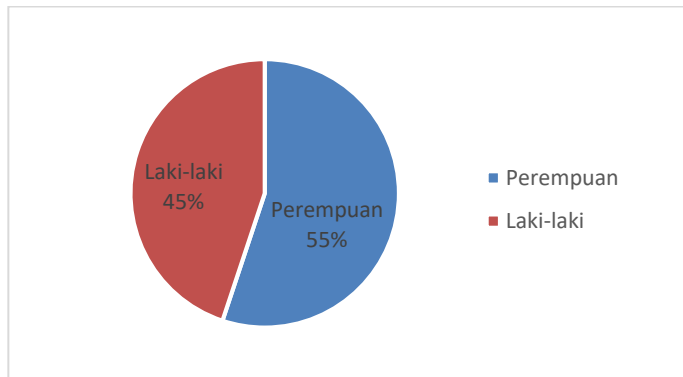
Kuisioner	Jumlah
Kuisioner yang disebar	98
Kuisioner yang kembali	98
Kuisioner yang tidak kembali	0
Kuisioner yang digunakan	98
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: data primer yang diolah peneliti, 2024

a. Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dibawah ini berdasarkan jenis kelamin anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.2. Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



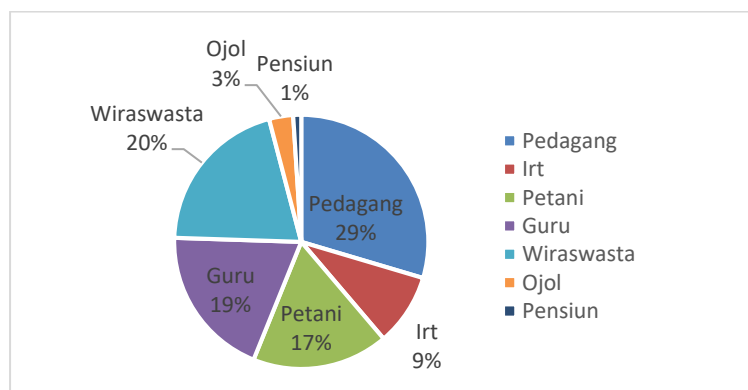
Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 dan excel

Dari diagram lingkaran diatas dapat disimpulkan bahwa dari 98 anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu 54% perempuan dan 44% oleh laki-laki yang keseluruhannya berjumlah 98 responden.

b. Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini:

Gambar 4.3. Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan



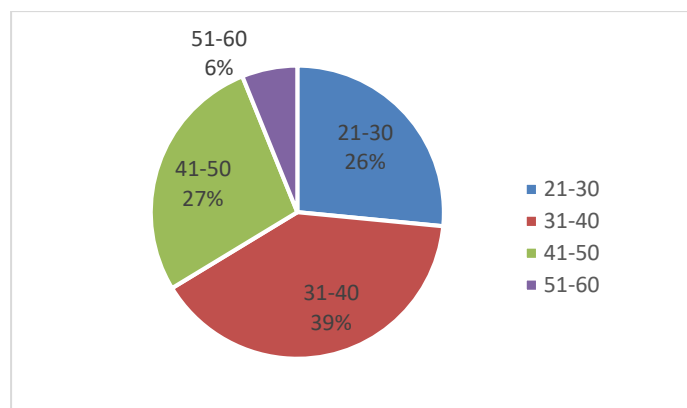
Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 dan excel

Dari diagram lingkaran diatas merupakan pekerjaan anggota yang menjadi responden dalam penelitian ini yang paling dominan yaitu pedagang dengan 29% responden, 20% wiraswasta, 19% guru, 17% petani, 9% ibu rumah tangga (irt), 3% ojek online (ojol), dan 1% berprofesi pekerjaannya sebagai pensiun maka, dari keseluruhan responden diatas yaitu 98 responden.

c. Hasil Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.4. Hasil Responden Berdasarkan Umur



Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 dan excel

Dari diagram lingkaran diatas menunjukkan bahwa mayoritas usia paling banyak anggota yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu usia 31-40 tahun sebanyak 39% responden. Usia responden yang kedua yang paling banyak yaitu 41-50 tahun sebanyak 27%, usia responden yang ketiga yaitu 21-30 tahun sebanyak 26% responden. Dan usia yang keempat atau yang terakhir yaitu 51-60 tahun sebanyak 6% responden, dengan seluruh jumlah responden yaitu 98 responden.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan oleh peneliti yaitu berupa kuesioner dengan menggunakan skala *likert* yang masing-masing jumlah pernyataan untuk variabel Kualitas Layanan (X1) yaitu 12 butir, variabel Citra Perusahaan (X2) yaitu 6 butir, dan variabel Loyalitas Anggota (Y) berjumlah 6, sehingga jumlah keseluruhan pernyataan yang diajukan kepada responden/nasabah sebanyak 24 butir pernyataan. Dan berikut penjelasan pernyataan dari masing-masing variabel beserta tanggapan dari responden sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan (X1)

Tanggapan responden dari variabel kualitas layanan (X1) dijelaskan oleh item-item pernyataan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2. Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Layanan

Item NO.	STS		TS		N		S		SS		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	3	3,1	5	5,1	23	23,5	35	35,7	32	32,7	98	100
2.	3	3,1	4	4,1	23	23,3	34	34,7	34	34,7	98	100
3.	3	3,1	11	11,2	10	10,2	46	46,9	28	28,6	98	100
4.	3	3,1	9	9,2	20	20,4	39	39,8	27	27,6	98	100
5.	3	3,1	10	10,2	22	22,4	37	37,8	26	26,5	98	100
6.	3	3,1	6	6,1	20	20,4	37	37,8	32	32,7	98	100
7.	2	2,0	14	14,3	17	17,3	36	36,7	29	29,7	98	100
8.	6	6,1	7	7,1	19	19,4	38	38,8	28	28,6	98	100
9.	5	5,1	7	7,1	16	16,3	40	40,8	30	30,6	98	100
10.	4	4,1	9	9,2	20	20,4	40	40,8	25	25,5	98	100
11.	4	4,1	6	6,1	23	23,5	38	38,8	272	7,6	98	00
12.	3	3,1	10	10,2	25	25,5	32	32,7	28	28,6	98	100

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil frekuensi dan persentase pada tabel responden pada variabel kualitas layanan diatas menunjukkan bahwa:

- 1) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 1 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 5 responden tidak setuju (TS), 23 responden netral (N), 35 responden setuju (S) dan 32 responden sangat setuju (SS).
- 2) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 2 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 4 responden tidak setuju (TS), 23 responden netral (N), 34 responden setuju (S) dan 34 responden sangat setuju (SS).
- 3) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 3 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 11 responden tidak setuju (TS), 10 responden netral (N), 46 responden setuju (S) dan 28 responden sangat setuju (SS).
- 4) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 4 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 9 responden tidak setuju (TS), 20 responden netral (N), 39 responden setuju (S) dan 27 responden sangat setuju (SS).
- 5) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 5 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 10 responden tidak setuju (TS), 22 responden netral (N), 37 responden setuju (S) dan 26 responden sangat setuju (SS).
- 6) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 6 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 6 responden tidak setuju (TS), 20

responden netral (N), 37 responden setuju (S) dan 32 responden sangat setuju (SS).

- 7) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 7 diperoleh 2 responden sangat tidak setuju (STS), 14 responden tidak setuju (TS), 17 responden netral (N), 36 responden setuju (S) dan 29 responden sangat setuju (SS).
- 8) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 8 diperoleh 6 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 19 responden netral (N), 38 responden setuju (S), dan 28 responden sangat setuju (SS).
- 9) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 9 diperoleh 5 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 16 responden netral (N), 40 responden setuju (S) dan 30 responden sangat setuju (SS).
- 10) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 10 diperoleh 4 responden sangat tidak setuju (STS), 9 responden tidak setuju (TS), 20 responden netral (N), 40 responden setuju (S) dan 25 responden sangat setuju (SS).
- 11) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 11 diperoleh 4 responden sangat tidak setuju (STS), 6 responden tidak setuju (TS), 23 responden netral (N), 38 responden setuju (S) dan 27 responden sangat setuju (SS).
- 12) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 12 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 10 responden tidak setuju (TS), 25

reponden netral (N), 32 responden setuju (S), dan 28 responden sangat setuju (SS).

b. Citra Perusahaan (X2)

Tanggapan responden dari variabel citra perusahaan (X2) dijelaskan oleh item-item pada pernyataan tabel dibawah ini.

Tabel 4.3. Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Perusahaan

Item	STS		TS		N		S		SS		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
13.	4	4,1	9	9,2	14	14,3	42	42,9	29	29,6	98	100
14.	5	5,1	8	8,2	15	15,3	40	40,8	30	30,6	98	100
15.	5	5,1	7	7,1	22	22,4	34	34,7	30	30,6	98	100
16.	3	3,1	6	6,1	21	21,4	37	37,8	31	31,6	98	100
17.	3	3,1	7	7,1	19	19,4	44	44,9	25	25,5	98	100
18.	3	3,1	7	7,1	18	18,4	37	37,8	33	33,7	98	100

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil frekuensi dan presentase pada tabel responden variabel citra perusahaan diatas yaitu sebagaiberikut:

- 1.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 13 diperoleh 4 rponden sangat tidak setuju (STS), 9 responden tidak setuju (TS), 14 responden netral (N), 42 responden setuju (S) dan 29 responden sangat setuju (SS).
- 2.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 14 diperoleh 5 responden sangat tidak setuju (STS), 8 responden tidak setuju (TS), 15 responden netral (N), 40 responden setuju (S) dan 30 responden sangat setuju (SS).

- 3.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 15 diperoleh 5 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 22 responden netral (N), 34 responden setuju (S) dan 30 responden sangat setuju (SS).
- 4.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 16 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 6 responden tidak setuju (TS), 21 responden netral (N), 37 responden setuju (S) dan 31 responden sangat setuju (SS).
- 5.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 17 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 19 responden netral (N), 44 responden setuju (S), dan 25 responden sangat setuju (SS).
- 6.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 18 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 18 responden netral (N), 37 responden setuju (S), dan 33 responden sangat setuju (SS).

c. Loyalitas Anggota (Y)

Tanggapan responden tentang variabel loyalitas anggota (Y) dijelaskan oleh item-item pada pernyataan tabel dibawah ini.

Tabel 4.4. Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Anggota

Item	STS		TS		N		S		SS		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
19.	3	3,1	11	11,2	20	20,4	35	35,7	29	29,6	98	100
20.	3	3,1	9	9,2	18	18,4	39	39,8	29	29,6	98	100

21.	6	6,1	7	7,1	161	6,3	41	41,8	28	28,6	98	100
22.	4	4,1	7	7,1	20	20,4	39	39,8	28	28,6	98	100
23.	3	3,1	7	7,1	24	24,5	37	37,8	27	27,6	98	100
24.	4	4,1	9	9,2	19	19,4	35	35,7	31	31,6	98	100

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Berdasarkan nilai frekuensi dan presentase pada tabel responden variabel loyalitas anggota diatas menunjukkan hasil yaitu sebagai berikut:

- 1.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 19 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 11 responden tidak setuju (TS), 20 responden netral (N), 35 responden setuju (S), dan 29 responden sangat setuju (SS).
- 2.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 20 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 9 responden tidak setuju (TS), 18 responden netral (N), 39 responden setuju (S), dan 29 responden sangat setuju (SS).
- 3.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 21 diperoleh 6 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 16 responden netral (N), 41 responden setuju (S), dan 28 responden sangat setuju (SS).
- 4.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 22 diperoleh 4 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS), 20 responden netral (N), 39 responden setuju (S), dan 28 responden sangat setuju (SS).
- 5.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 23 diperoleh 3 responden sangat tidak setuju (STS), 7 responden tidak setuju (TS),

24 responden netral (N), 37 responden setuju (S), dan 27 responden sangat setuju (SS).

6.) Responden memberikan tanggapan pada pernyataan 24 diperoleh 4 responden sangat tidak setuju (STS), 9 responden tidak setuju (TS), 19 responden netral (N), 35 responden setuju (S), dan 31 responden sangat setuju (SS).

2. Uji Kualitas Data

Dalam instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji kualitas data yaitu ada dua instrumen pengujian yang digunakan yaitu uji validasi dan uji reabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas data merupakan sesuatu untuk mengetahui apakah instrument dapat memberikan hasil valid tidaknya pernyataan kuisisioner pada pernyataan masing-masing variabel atau indicator, yang membandingkan r tabel dan r hitung. Apakah r hitung > dari r tabel yang menunjukkan skor dapat dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung < r tabel, maka skor pernyataan dikatakan tidak valid.

Instrumen penelitian ini menggunakan sampel $n = 98$ responden, sehingga $f = 96$ ($n-2$) dan alpha 0,05, sehingga r tabel dapat diketahui sebesar 0,198. Maka hasil analisis data dengan menggunakan program SPSS 26 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5. Hasil Uji Validasi

No	Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Ket
1.	Kualitas Layanana (X1)	X1.1	0,706	0,198	Valid
		X1.2	0,751	0,198	Valid
		X1.3	0,771	0,198	Valid
		X1.4	0,745	0,198	Valid
		X1.5	0,769	0,198	Valid
		X1.6	0,784	0,198	Valid
		X1.7	0,855	0,198	Valid
		X1.8	0,791	0,198	Valid
		X1.9	0,839	0,198	Valid
		X1.10	0,805	0,198	Valid
		X1.11	0,814	0,198	Valid
		X1.12	0,826	0,198	Valid
2.	Citra Perusahaan (X2)	X2.1	0,864	0,198	Valid
		X2.2	0,811	0,198	Valid
		X2.3	0,755	0,198	Valid
		X2.4	0,835	0,198	Valid
		X2.5	0,798	0,198	Valid
		X2.6	0,721	0,198	Valid
3.	Loyalitas Anggota (Y)	Y1.1	0,762	0,198	Valid
		Y1.2	0,885	0,198	Valid
		Y1.3	0,865	0,198	Valid
		Y1.4	0,840	0,198	Valid
		Y1.5	0,822	0,198	Valid
		Y1.6	0,785	0,198	Valid

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Keterangan: $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka valid

: $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka tidak valid

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan loyalitas anggota dinyatakan valid, karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga, instrument penelitian ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat konsisten. Uji ini dilakukan untuk dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* > 0,6 dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* < 0,6 maka instrument penelitian dikatakan tidak valid.

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,945	0,60	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0,885	0,60	Reliabel
Loyalitas Anggota (Y)	0,907	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Keterangan: *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel

: *Cronbach Alpha* < 0,60 maka tidak reliabel

Berdasarkan hasil tabel diatas maka uji reliabiliti setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel kualitas layanan (X1), citra perusahaan (X2), dan loyalitas anggota (Y) dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan selama penelitian. Dalam hal ini penelitian digunakan untuk mengetahui kualitas layanan, citra perusahaan terhadap loyalitas anggota. uji asumsi klasik yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi antar variabel independent dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas ini peneliti menggunakan *One Sampel Kolmogrov Smirnov*, yang mana dalam pengujian suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih dari 0,05, dan sebaliknya jika data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58363546
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.052
Test Statistic		.068
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.

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil signifikan sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal karena nilai signifikan $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel independent yang satu dengan variabel independent (variabel bebas).

Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.787	1.284		.613	.541		
	X1	.180	.050	.339	3.604	.001	.279	3.589
	X2	.597	.099	.568	6.029	.000	.279	3.589

a. Dependent Variable: Y

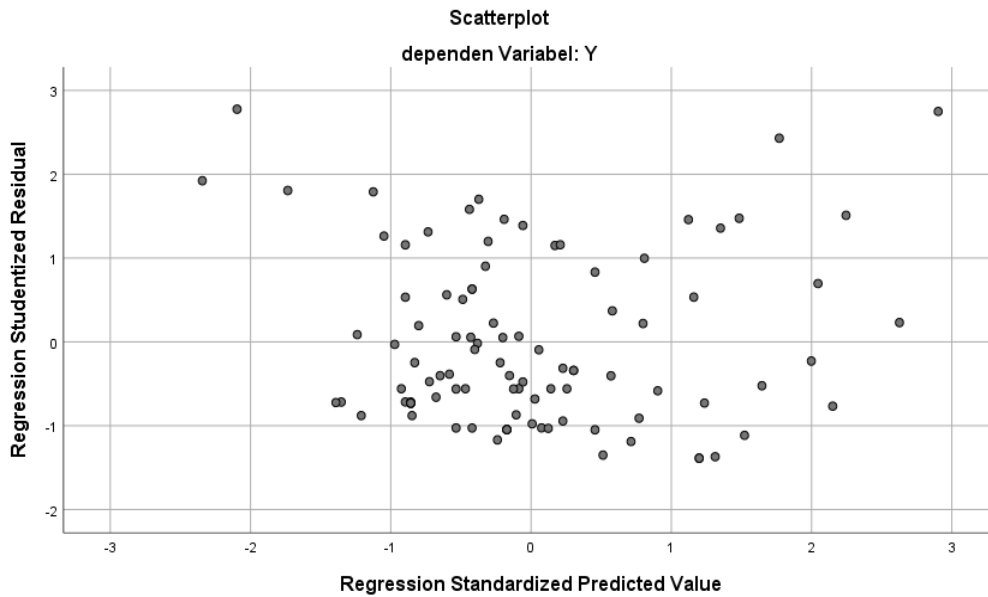
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel kualitas layanan dan citra perusahaan $> 0,10$ dan nilai VIF pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan $< 10,00$. Sehingga dalam uji multikolinearitas ini dinyatakan model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas, yang artinya model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan baik.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan antar variabel dari semua pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mengetahui apakah ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu peneliti menggunakan uji *Scatterplot*. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 26 dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak memebentuk pola yang jelas, titiik-titik menyebar keatas dan kebawah dari angka 0 pada sumbu Y sehingga, grafik diatas tidak dapat terbaca dengan jelas. Maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada kesalahan antara periode t dengan periode t sebelumnya, uji in dapat dilakukan dengan mendeteksi gejala autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson* dengan nilai signifikan 5%. Adapun beberapa keputusan pengambilan uji autokorelasi sebagai berikut:

- 1) Jika $0 < d < dL$, ada autokorelasi positif
- 2) Jika $4 - dL < d < 4$, ada autokorelasi negatif
- 3) Jika $dU < dW < 4 - dU$, tidak ada autokorelasi positif dan negatif
- 4) Jika $dL < d < dU$ atau $4 - dU < d < 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan.

Tabel 4.9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.875 ^a	.765	.760	2.61069	1.988

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan data diatas maka nilai *Durbin Watson* 1,988. Data penelitian dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala autokorelasi, sehingga dapat dilihat pada tabel berikut:

n	DW	dL	Du	4-dL	4-Du	Keterangan
98	1,988	1,6296	1,7128	2, 3704	2,2872	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif

Berdasarkan tabel diatas pengambilan keputusan uji autokorelasi nilai dL dan Du diperoleh dari tabel *Durbin Watson* dengan taraf signifikan 5% dan n (jumlah sampel) 98 responden, serta k (jumlah variabel independent) 2. Dapat diketahui pada uji autokorelasi nilai DW yaitu sebesar 1,988, maka nilai DW berada diantara nilai Du 1,7128 dan nilai 4-Du 2,2872 ($Du < DW < 4 - Du$). Dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi positif dan negatif.

B. Pembuktian Hipotesis

Dalam uji atau pembuktian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan secara matematis antar variabel dependen dengan variabel independent. Hal ini bermaksud untuk menguji hipotesis H₁, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. H₂, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota dan H₃, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Dari uraian diatas maka model penelitian sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi linear berganda dimana jumlah variabel independent yang lebih dari satu mempengaruhi satu variabel dependen dengan menggunakan rumus persamaan linear berganda $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. Berikut ini merupakan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan uji analisis SPSS.

Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.787	1.284		.613	.541
	kualitas layanan	.180	.050	.339	3.604	.001
	citra perusahaan	.597	.099	.568	6.029	.000

a. Dependent Variable: loyalitas anggota

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil yang diperoleh tabel diatas bahwa nilai *contanta* (α) = 0,787, variabel kualitas layanan sebesar ($\beta_1 X_1$) = 0,180, variabel citra perusahaan sebesar ($\beta_2 X_2$) = 0,597. Sehingga model regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 0,787 + 0,180 (\text{kualitas layanan}) + 0,597 (\text{citra perusahaan}) + e$$

Persamaan model regresi maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai kontanta = 0,787, dapat diartikan variabel X_1 kualitas layanan dan X_2 citra perusahaan memiliki nilai yang koefisien atau tetap. Maka nilai variabel Y loyalitas perusahaan sebesar 0,787.
- b. $\beta_1 X_1 = 0,180$, dapat diartikan pada variabel kualitas layanan akan mengalami peningkatan 0,180 terhadap loyalitas anggota di BMT Jawa Timur Cabang Sampang Kota.
- c. $\beta_2 X_2 = 0,597$, dapat diartikan pada variabel citra perusahaan akan mengalami peningkatan 0,597 terhadap loyalitas anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.
- d. Standar eror sebesar 1,284 artinya variabel yang dihitng dalam uji SPSS memili tingkat variabel sebesar 1,284.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan yang di hipotesiskan, dengan cara membandingkan nilai signifikan $< 0,05$ atau t hitung dan t tabel, jika t hitung $>$ t tabel maka secara parsial variabel tersebut dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Untuk mengetahui nilai t tabel yaitu $df = n - k$ ($98 - 2 = 96$), maka t tabel diketahui sebesar 1,895.

Tabel 4.11. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.787	1.284		.613	.541
	kualitas layanan	.180	.050	.339	3.604	.001
	citra perusahaan	.597	.099	.568	6.029	.000

a. Dependent Variable: loyalitas anggota

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai taraf signifikan pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas layanan X_1 nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $3,604$ (t hitung) $> 1,895$ (t tabel). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y).
- b. Variabel citra perusahaan X_2 nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $6,029$ (t hitung) $> 1,895$ (t tabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota (Y).

3. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan cara nilai signifikan $< 0,05$ atau membandingkan F hitung dengan F tabel, jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka secara bersama-sama variabel independent atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat dan sebaliknya.

Tabel 4.12. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2109.896	2	1054.948	154.782	.000 ^b
	Residual	647.492	95	6.816		
	Total	2757.388	97			

a. Dependent Variable: loyalitas anggota

b. Predictors: (Constant), citra perusahaan, kualitas layanan

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil uji simultan dengan mencari nilai F tabel dengan cara $f(k; n-k)$, $f(98 - 2 = 96)$ maka dapat dilihat distribusi tabel F pada baris ke 96 kolom ke 2 yang menunjukkan hasil sebesar 3,09 yang menunjukkan taraf nilai signifikan variabel yaitu $0,000 < 0,05$ dan $154,782 (F \text{ hitung}) > 3,09 (F \text{ tabel})$ maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan uji SPSS:

Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.760	2.611

a. Predictors: (Constant), citra perusahaan, kualitas layanan

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien atau nilai R Square sebesar 0,765. Hal ini berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel

independent yaitu sebesar 76,5 % dan sisanya sebesar 23,5% ($100\% - 76,5\% = 23,5\%$). Maka kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 76,5% dan sisanya 23,5% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti atau dari luar penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap masing-masing variabel, maka peneliti akan memaparkan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut ini:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

Kualitas layanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga terciptanya kesesuaian yang seimbang dengan yang diharapkan oleh konsumen.⁶ Hal ini menjadi poin penting bagi setiap perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan diharapkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan dengan kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan harapan nasabah, agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar 0,180 terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Sedangkan hasil dari uji signifikan

⁶ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*, (Sidoarjo, Agustus 2018), 25

parsial (uji t) menjelaskan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ atau t hitung (3,604) $> t$ tabel (1,895) yang artinya kualitas layanan (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Dewi Agung Gede Adi Utami dan Anak Agung Gede Agung Artha Kusma menghasilkan bahwa nilai koefisien beta positif sebesar 0,446 dengan nilai signifikan 0,000 (kurang dari 0,05) yang artinya H_2 diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula loyalitas para pelanggan.⁷ Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Fifin Anggraini dan Anindhya Budiarti membuktikan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang penting bagi pelanggan sebagai bahan penilaian terhadap suatu perusahaan tersebut.⁸

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Hal ini sesuai dengan tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota disertai dengan tepat sasaran sehingga, terciptanya kesesuaian dengan diharapkan konsumen yang berdampak pada kepuasan anggota yang berakhir pada loyalitas anggota itu sendiri. Sehingga pentingnya untuk terus meningkatkan

⁷ I Dewi Agung Gede Adi Utami & Anak Agung Gede Agung Artha Kusma, *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, E-Jurnal Manajemen, Vol.8, No. 11, 2019

⁸ Fifin Anggraini dan Anindhya Budiarti, *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek*, JUPE Vol. 08, 2020, 86-94

kualitas layanan di BMT NU Jawa Timur dengan memberikan kenyamanan baik dalam bertransaksi maupun dalam tempat yang bersih dan menyejukkan.

Hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas anggota, yaitu dengan menerapkan kualitas layanan yang baik disuatu perusahaan karena kualitas layanan yang baik merupakan aspek penting untuk mencapai kepuasan pelanggan, maka perlunya penerapan dan peningkatan dalam pelayanan agar tetap dipercaya oleh konsumen dan dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi, sehingga akan meningkatkan anggota atau loyalitas dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tersebut.

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

Citra perusahaan yaitu yang berkaitan dengan perusahaan, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publik, keberhasilan dalam bidang marketingnya, hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial.⁹ Sehingga hal ini merupakan pelajaran penting bagi suatu perusahaan untuk membuat kesan yang mendalam terhadap nasabah dengan memberikan layanan ataupun kepercayaan bahwa dikondisi apapun perusahaan tetap memberikan kemudahan dan tidak memilih-milih atau berpihak pada siapapun dalam melayani sehingga perusahaan mendapat image yang baik di benak konsumen atau nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menyatakan bahwa citra perusahaan mempengaruhi loyalitas anggota, dimana variabel X2 (citra

⁹ Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility*, (Pamekasan, 12 November 2020), 32

perusahaan) memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ atau t hitung $(6,029) > t$ tabel $(1,895)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan (X_2) terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Hal ini sejalan dengan penelitian Izharuddin Pagala yang membuktikan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan loyalitas nasabah.¹⁰ Sedangkan dalam penelitian Arif Fakhruddin yang menunjukkan hasil bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang berusaha membangun citra dengan tujuan agar perusahaan tersebut menjadi bagus, sehingga akan mempengaruhi segala hal mengenai apa yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.¹¹

Dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota, yang mana citra perusahaan merupakan nilai keseluruhan pelanggan tentang suatu perusahaan yang harus dijaga dan ditingkatkan sebaik mungkin agar pelanggan tetap loyal dan tidak terpengaruh oleh perusahaan yang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan.

Hubungan citra perusahaan terhadap loyalties anggota, yaitu suatu perusahaan memiliki kesan dimata konsumen pentingnya perusahaan menjaga nama baik atau citra bagi setiap pelanggan mulai dari logo, pengamatan dan pengalaman produk, layanan dan perilaku perusahaan pada umumnya menjadi sebuah informasi berkaitan dengan pembelian yang ada dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga citra yang baik dapat mempengaruhi loyalitas

¹⁰ Izharuddin Pagala, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah*, *Jurnal Ekonomi, social & Humaniora*, Vol.2 No. 12- Juli 2021.

¹¹ Arif Fakhruddin, *Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta*, *Jurnal Manajemen Dirgantara* Vol. 13, No.1, Juli 2020.

pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk yang di sediakan oleh perusahaan.

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota

Berdasarkan hasil analisis uji signifikan simultan (uji F) menunjukkan bahwa F hitung (154,782) > F tabel (3,09) atau nilai signifikan variabel $0,000 < 0,05$ yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan (variabel bebas) berpengaruh secara simultan bersama-sama terhadap loyalitas anggota (variabel terikat) di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota.

Hasil ini juga didukung oleh peneliti Fauzie Senoaji yang membuktikan bahwa tanggung jawab social perusahaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan secara bersama-sama (sekaligus) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹² Sedangkan penelitian Erwin Budianto menunjukkan hasil secara simultan dapat diketahui $F_{hitung} 151.339 > F_{tabel} 3,11$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera.¹³

Dalam uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya R Square yaitu 0,765, yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan loyalitas anggota (Y) di BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota berpengaruh hingga 76,5%, kemudian

¹² Fauzie Senoaji, Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, *Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 1 No. 2 September 2021.

¹³ Erwin Budianto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada AJB Bumiputera*, Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan Vol 8 No. 2, 2019.

sisanya 23,5% dipengaruhi oleh faktor dari luar atau variabel lainnya. Maka pentingnya BMT untuk mempertahankan atau bisa meningkatkan kualitas layanan dan citra perusahaan agar anggota tetap menggunakan produk secara terus menerus tanpa terpengaruhi oleh perusahaan lainnya.

Penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sampang Kota. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah adanya pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota yang telah terlaksana sekaligus menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang masalah. Hal ini menjadi penting bagi sebuah perusahaan untuk tetap berusaha memenuhi permintaan dan kebutuhan sesuai yang diinginkan oleh konsumen secara baik sehingga, akan meningkatkan citra yang positif bagi perusahaan yang akan berakibat loyalnya anggota menggunakan produk atau jasanya.

Hubungan kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota yaitu layanan dan cita perusahaan yang baik akan berdampak kepada loyalnya pelanggan atau kesetiaan menggunakan produk yang ditawarkan secara terus menerus. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.