

**PENGARUH DEMOGRAFIS, *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN *MUDHARABAH*
*BMTBABUSSALAM MOJOAGUNG JOMBANG***

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Kepada :

Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah

Oleh :

WINDA DWI VIAN TRISNANTI

NIM : 20201700229048

Dosen Pembimbing:

Nur Dinah Fauziah, M.E

NIDN: 2109049405

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Trisnanti, Winda D V, 2024. Pengaruh Demografis, *Service Quality* Dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan *Mudharabah Bmt Babussalam* Mojoagung Jombang.

Skripsi program studi ekonomi syariah fakultas syariah, Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto. Dosen Pembimbing: Nur Dinah Fauziyah, M.E.

Kata kunci: *Demografis, Service Quality, Brand Trust, Loyalitas nasabah*

Dalam industri keuangan mikro yang semakin kompetitif, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah menjadi sangat penting. Di BMT Babussalam Mojoagung Jombang, kualitas layanan, kepercayaan merek, dan karakteristik demografis nasabah berpotensi memengaruhi loyalitas terhadap produk tabungan Mudharabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh faktor demografis, kualitas layanan (*service quality*), dan kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap loyalitas nasabah tabungan Mudharabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Fokus utama dari studi ini adalah untuk memahami bagaimana masing-masing variabel tersebut memengaruhi loyalitas nasabah dan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai aspek-aspek yang dapat diperbaiki atau dikembangkan oleh lembaga keuangan syariah tersebut dalam upaya meningkatkan retensi nasabah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan nasabah tabungan Mudharabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

Dengan berdasarkan nilai yang diperoleh peneliti bahwa variabel demografis (X1) memperoleh t hitung $-1,68 < 2,629$ t tabel dan taraf signifikansi nya adalah $0,096 > 0,05$. Untuk variabel *service quality* (X2) memperoleh t hitung sebesar $6,874 > 6,629$ t tabel dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Sedangkan untuk variabel *brand trust* (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar $5,623 > 2,629$ t tabel dengan taraf signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Kemudian berdasarkan hasil uji F diperoleh F hitung $85,629 > fF$ tabel $2,70$ maka hasil tersebut disimpulkan bahwasannya demografis (X), *service quality* (X2) dan *brand trust* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas nasabah tabungan mudharabah (Y) di BMT Babussalam Mojoagung, Jombang.

ABSTRACT

Trisnanti, Winda D. V., 2024. The Influence of Demographic Factors, Service Quality, and Brand Trust on the Loyalty of Mudharabah Savings Account Holders at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Thesis for the Sharia Economics Program, Faculty of Sharia, Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto. Supervisor: Nur Dinah Fauziyah, M.E.

Keywords: Demographics, Service Quality, Brand Trust, Customer Loyalty

In an increasingly competitive microfinance industry, understanding the factors influencing customer loyalty is crucial. At BMT Babussalam Mojoagung Jombang, service quality, brand trust, and demographic characteristics may impact loyalty to Mudharabah savings products. This study aims to analyze the effects of these factors on customer loyalty.

This study aims to evaluate the influence of demographic factors, service quality, and brand trust on the loyalty of Mudharabah savings account holders at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. The primary focus of this study is to understand how each of these variables affects customer loyalty and to provide deeper insights into aspects that can be improved or developed by the Islamic financial institution to enhance customer retention.

The methodology used in this research is a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data were collected through surveys involving Mudharabah savings account holders at BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

Based on the values obtained, the demographic variable (X1) has a t-value of -1.68, which is less than 2.629 (t-table), with a significance level of 0.096, which is greater than 0.05. The service quality variable (X2) has a t-value of 6.874, which is greater than 6.629 (t-table), with a significance level of 0.00, which is less than 0.05. The brand trust variable (X3) has a t-value of 5.623, which is greater than 2.629 (t-table), with a significance level of 0.00, which is less than 0.05. Additionally, the F-test results show an F-value of 85.629, which is greater than 2.70 (F-table), leading to the conclusion that demographic factors (X1), service quality (X2), and brand trust (X3) simultaneously affect the loyalty of Mudharabah savings account holders (Y) at BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

خلاصة

ترسنانتي، ويندا د. ف.، ٢٠٢٤. تأثير العوامل الديموغرافية وجودة الخدمة وثقة العلامة التجارية على ولاء حاملي حسابات توفير المضاربة الشيخ الحاج بابوسلام موجاجونغ جومبانغ. رسالة للحصول على درجة في برنامج الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة، في بنك عبد الشليم موجوكيرتو. المشرف: نور دنيا فوزية، ماجستير KH. جامعة

الكلمات المفتاحية: العوامل الديموغرافية، جودة الخدمة، ثقة العلامة التجارية، ولاء العملاء

يبين في ظل التنافس المتزايد في صناعة التمويل الأصغر، من الضروري فهم العوامل التي تؤثر على ولاء العملاء. في بنك المال والتنمية بابوسلام موجاجونغ جومبانغ، قد تؤثر جودة الخدمة، وثقة العلامة التجارية، وخصائص العملاء الديموغرافية على الولاء لمنتجات التوفير المضاربة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير هذه العوامل على ولاء العملاء.

تسعى هذه الدراسة إلى تقييم تأثير العوامل الديموغرافية وجودة الخدمة وثقة العلامة التجارية على ولاء حاملي حسابات توفير بابوسلام موجاجونغ جومبانغ. التركيز الأساسي لهذه الدراسة هو فهم كيفية تأثير كل من بيت المال والتنمية المضاربة في بنك هذه المتغيرات على ولاء العملاء وتقديم رؤى أعمق حول الجوانب التي يمكن تحسينها أو تطويرها من قبل المؤسسة المالية الإسلامية لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء.

تم استخدام منهجية البحث في هذه الدراسة نهجاً كمياً مع تحليل الانحدار الخطي المتعدد. تم جمع البيانات من خلال استطلاعات بابوسلام موجاجونغ جومبانغ بيت المال والتنمية شملت حاملي حسابات توفير المضاربة في بنك

، مع مستوى (t) تبلغ -١,٦٨، وهي أقل من ٢,٦٢٩ (جدول t له قيمة (X١) استناداً إلى القيم التي تم الحصول عليها، فإن المتغير الديموغرافي تبلغ ٦,٨٧٤، وهي أكبر من ٦,٦٢٩ (جدول t له قيمة (X٢) دلالة قدره ٠,٠٩٦، وهو أكبر من ٠,٠٥. بينما المتغير المتعلق بجودة الخدمة تبلغ ٥,٦٢٣، وهي أكبر t فلدية قيمة (X٣)، مع مستوى دلالة قدره ٠,٠٠، وهو أقل من ٠,٠٥. أما المتغير المتعلق بثقة العلامة التجارية (t) تبلغ ٨٥,٦٢٩، قيمة F، مع مستوى دلالة قدره ٠,٠٠، وهو أقل من ٠,٠٥. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج اختبار (t) من ٢,٦٢٩ (جدول (X٣)، وثقة العلامة التجارية (X٢)، وجودة الخدمة (X١)، مما يؤدي إلى الاستنتاج بأن العوامل الديموغرافية (F) وهي أكبر من ٢,٧٠ (جدول بابوسلام موجاجونغ جومبانغ BMT في بنك (Y) تؤثر بشكل متزامن على ولاء حاملي حسابات توفير المضاربة

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto