

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN SYARIAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA KOPERASI BMT MASLAHAH CAPEM
MOJOSARI**

SKRIPSI

Oleh:

Khofifatun Nadiyah

NIM. 20191700229027



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO**

2023

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN SYARIAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA KOPERASI BMT MASLAHAH CAPEM**

MOJOSARI

Skripsi

Diajukan Kepada :

Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi Syariah

Oleh :

Khofifatun Nadiyah

20191700229027

Pembimbing :

Rahma Sandhi Prahara, M.Pd

NIY. 2016.01.104

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2023

ABSTRAK

Nadiyah , Khofifatun, 2023, Pengaruh Reputasi Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Masalah Capem Mojokerto. Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Pesantren K.H Abdul Chalim, Pembimbing Rahma Sandhi Prahara, M.Pd.

Loyalitas nasabah merupakan tuntutan mutlak bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usahanya tersebut, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan syariah baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas nasabah BMT Capem Mojokerto.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif jenis penelitian survei. Metode yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampling sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan wawancara. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda, uji koefisien Determinan dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini, pada uji t menunjukkan bahwa variabel Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Syariah berpengaruh secara parsial, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BMT Masalah. Pada uji F variabel bebas Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Syariah secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BMT Masalah. Dan berdasarkan nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 61,2% dipengaruhi oleh kedua faktor diatas, sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Kualitas Pelayanan Syariah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Nadiyah , Khofifatun, 2023, The Influence of Company Reputation, and Sharia Service Quality on Customer Loyalty of BMT Maslahah Capem Mojosari. Thesis Of Sharia Economics Study Program, Faculty of Sharia, K.H Abdul Chalim Islamic Boarding School, Supervisor Rahma Sandhi Prahara, M.Pd

Customer loyalty is an absolute requirement for companies to ensure survival in their business, because customer loyalty is the pinnacle of business achievement. The purpose of this study is to determine the effect of company reputation and sharia service quality both partially and simultaneously on customer loyalty of BMT Capem Mojosari.

This study uses a type of quantitative research type of survey research. The method used is non-probability sampling with a total sampling of 100 people. Data collection techniques used were questionnaires, observation and interviews. The instrument test used in the research is the validity test and reliability test. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis, Determinant coefficient test and hypothesis testing with the t test and F test. The classic assumption tests used are the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test.

The results of this study, the t test shows that the independent variables Company Reputation and Sharia Service Quality have a partial, positive and significant effect on BMT Maslahah Customer Loyalty. In the independent variable F test of Corporate Reputation and Sharia Service Quality simultaneously there is a positive and significant influence on Customer Loyalty of BMT Maslahah. And based on the value of the coefficient of determination shows that 61.2% is influenced by the two factors above, while the remaining 38.8% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Company Reputation, Sharia Service Quality, Customer Loyalty

ملخص

على الشرعية الخدمة وجودة الشركة سمعة تأثر ٢٠٢٣، خافي في تون ناديه، موجو ساري فرع مسلحة والتمويل المال بيت مؤسسة في العملاء ولاء كياي معهد الشريعة، كلية الشرعي، الاق تصاد ب قسم جامعية رسالة د.ب.م.ب راهر، ساند رحمة المشرف الإسلامي، الخالق عبد الحاج

لان اعمالها، استمرارية لضمان لشركات اساسيا مطلبها العملاء ولاء يعد معرفة الى البحث هذا. التجاري النشاط في الانجاز قمة يمثّل العملاء ولاء متزامن او جزئي بشكل سواء الشرعية الخدمة وجودة الشركة سمعة تأثر موجو ساري فرع والتمويل المال بيت مؤسسة لاعم ولاء على اخذ طريقة اما. المسحي البحث نوع الكمي المنهج البحث هذا يستخدم. شخص 100 ب لغ عينة بعدد الاحتمالية غير المعايير فهي العينة واختبارات. والمقابلة الاستبيان هي المستخدمة البيانات جمع وتقنيات اما. الثبات واختبار الصدق اختباريه البحث في المستخدمة الاداة المتعدد، الخطي الانحدار تحليل في يستخدم البيانات تحليل اسلوب اختبار باستخدام الفرضيات واختبار التحديد، معامل واختبار. ف واختبار وجود الشركة سمعة متغير ان الى اختبار في البحث هذا نتائج تشير احصائيا ودالة ايجابية وبصورة ذي، جز بشكل يؤثر ان الشرعية الخدمة ف اختبار وفي. مسلحة والتمويل المال بيت مؤسسة عملاء ولاء على الشرعية الخدمة وجودة الشركة سمعة المستقلين المتغيرين ان تبين. العملاء ولاء على احصائيا ودالة ايجابية وبصورة متزامن بشكل يؤثر ان العملاء ولاء من 61.2% نسبة ان ي تضح التحديد معامل قيمة على وبنا 38.8% المتبقية النسبة تأثر ب ينما المذكورين، بالعاملين تأثر. البحث هذا في تناولها ي تم لم اخرى بمتغيرات العملاء ولاء الشرعية، الخدمة وجودة الشركة، سمعة: المفاتيح الكلمات